

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

КОЧИНА Полина Павловна

Telegram-каналы как персональные медиа

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
кандидат политических наук,
доцент Р. В. Бекуров
Кафедра международной журналистики
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2018

Содержание

Введение	3
Глава 1. Telegram на рынке сервисов мгновенных сообщений	6
1.1. Обзор рынка современных мессенджеров	6
1.2. Telegram: этапы развития и специфика	16
1.3. Медиа-контент в Telegram-каналах	26
Глава 2. Telegram в современной медиа-среде	36
2.1. Аудитория, специфика и способы монетизации Telegram-каналов	36
2.2. Telegram-каналы: СМИ или не СМИ?	45
Заключение	62
Список использованной литературы	65

Введение

В настоящее время мессенджер Telegram является одним из самых распространенных и эффективных инструментов распространения информации. Любой пользователь, создав канал, способен делиться контентом, формировать аудиторию, разделяющую его интересы. За счет этого Telegram-каналы становятся некой альтернативой традиционным и новым медиа.

Популярность Telegram-каналов динамично растет даже в сравнении с социальными сетями, а, следовательно, увеличивается и уровень доверия к таким источникам. В Telegram уже сейчас вкладывают миллионы и строят бизнес. За счет огромного числа попыток (почти у каждого второго пользователя есть свой Telegram-канал) начали появляться новые интересные формы и форматы, хотя в процентном соотношении успешных реализаций мало. Но некоторые из них все же перевернули представления о маркетинге и информационном влиянии на людей.

Более того, феномен Telegram-каналов оказывает очевидное влияние на новостную повестку. Прогрессирующая степень доверия к авторам Telegram-каналов, возможность их функционирования как персональных медиа, а также возросшая, несмотря на блокировки в апреле 2018 года, популярность этого мессенджера как канала распространения медиа-контента обуславливают **актуальность** данного исследования.

Целью работы является анализ функционирования Telegram-каналов в качестве персональных медиа.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. рассмотреть особенности мессенджера Telegram относительно других сервисов мгновенной передачи сообщений;
2. определить способы и инструменты распространения медиа-контента посредством Telegram-каналов;

3. выявить элементы персональных медиа в популярных Telegram-каналах.

В качестве **объекта исследования** рассматриваются Telegram-каналы.

Предметом исследования являются особенности функционирования Telegram-каналов в качестве персональных медиа.

Научная новизна заключается во введении в научный оборот нового эмпирического материала. Также в работе проводится анализ взаимодействия медиа и сервисов мгновенной передачи сообщений, а также рассматриваются элементы и способы их воздействия друг на друга.

Опубликованные на сегодняшний день статьи не содержат глубоких эмпирических исследований, а зачастую представляют сравнительный анализ используемых в России мессенджеров, обзор истории развития и инструментария Telegram. Отдельное внимание в некоторых работах уделяется вопросам безопасности данных и разработке сервисов для мгновенного обмена сообщениями. Однако публикаций, посвященных позиции мессенджера Telegram в системе медиа, практически нет. Таким образом, рассмотрение Telegram-каналов как персональных медиа является малоизученным и перспективным научным направлением.

Исследование основывается на **теоретических положениях**, сформулированных в исследованиях зарубежных и российских ученых и медиа-экспертов. Так, в совокупности рассматриваются работы Е. А. Федотова, Т. В. Бондаренко, В. Н. Федотовой, М. И. Полянички, посвященные конкретным технологическим изменениям в сетевых СМИ и техническому развитию мессенджеров.

Сравнительные анализы функционирования современных мессенджеров во многом опираются на исследования В. А. Бирюкова и М. Корнеева, конкретную взаимосвязь мессенджера и СМИ, а также формирование нового канала дистрибуции новостей прослеживают в своих работах ученые Д. Э. Коноплев, А. Д. Иванов и А. О. Фольц.

Особое внимание в работе уделялось исследованию английского медиастратега и журналиста Ника Ньюмана, посвященному как технологическому, так и содержательному развитию новых медиа.

Кроме того, в работе были использованы медиаисследования таких аналитических компаний, как «Медиалогия», SimilarWeb, BrandAnalytics и др.

Среди используемых **методов** следует выделить: сравнительный метод, контент-анализ и экспертные интервью.

Эмпирическую базу составили публикации в Telegram-каналах в период с 2015 года по апрель 2018 года, а также материалы традиционных новых СМИ, посвященные данному мессенджеру. Для проведения сравнительного анализа также были рассмотрены материалы других мессенджеров (например, WhatsApp и Viber).

Структура. ВКР состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Глава 1. Telegram на рынке сервисов мгновенных сообщений

1.1. Обзор рынка современных мессенджеров

С распространением электронных девайсов и активным развитием новых медиа СМИ становится все сложнее привлечь внимание аудитории. Теперь медиа приходится конкурировать не только друг с другом, но также с социальными сетями, пользовательским контентом и вообще любой информацией, распространяемой посредством Интернета. Люди ищут более быстрый и простой способ общаться в среде, где нет ничего лишнего. Теперь таким образом можно коммуницировать не только с друзьями, но и с брендами, получать доступ к самым нужным услугам, минуя поисковики и сайты.

SMS-сообщения обладают высокой скоростью доставки, но в них ограничен объем передаваемой информации, а также их количество – стоимость одного сообщения достаточно велика. Поэтому в середине 1990-х годов появилась специальная служба мгновенных сообщений (Instant Messaging Service, IMS), позволяющая интернет-пользователям передавать сообщения в реальном времени. Одним из плюсов такой службы является мгновенное оповещение получателя о сообщении с помощью звукового сигнала.

Таким образом, возникает специальная клиентская программа – мессенджер (messenger – от англ. «курьер» или «связной»), необходимая для осуществления мгновенной коммуникации. Использование такого рода программы предполагает наличие подключения к серверу, то есть к центральному компьютеру сети обмена сообщениями. Передача данных осуществляется через сервер службы по специальному протоколу. Помимо простых текстовых сообщений в мессенджере отправляют звуковые сигналы, видео, изображения и анимацию, а также в нем могут производиться

совместные действия двух и более пользователей: видеоконференции, чаты, игры.

Другой полезной особенностью мессенджеров является возможность видеть статус собеседника о его присутствии или отсутствии в сети. Обычно он устанавливается самим пользователем или активизируется в момент начала использования приложения.

Сетей обмена сообщениями и мессенджеров существует огромное количество. Пользователь может быть зарегистрирован сразу в нескольких одновременно, потому что различные сети не позволяют установить прямую связь друг с другом. У каждой программы свои особенности, своя группа разработчиков, разные протоколы и серверы. Однако существуют мультипротокольные клиенты, позволяющие общаться со всеми адресатами независимо от сети¹.

Первый протокол появился в 1988 году и назывался **IRC** (Internet Relay Chat – ретранслируемый интернет-чат). Согласно словарю бизнес-терминов, сетевой протокол – это набор правил, позволяющий осуществить соединение и обмен данными между двумя и более включенными в сеть устройствами². IRC является прикладным протоколом, то есть обеспечивает связь между сетью и пользователем. Изначально он создавался для группового общения, однако частное общение в нем также возможно, как через личные сообщения, так и с помощью данных и файлов.

Общение осуществляется посредством отправки на сервер сообщения для конкретного списка пользователей, которые выделяются сервером среди всех пользователей сети. Использование каналов является более эффективным, так как в этом случае сообщение рассылается всем

¹ Федотов Е.А., Бондаренко Т.В., Федотова В.Н., Поляничка М.И. Исследование протоколов обмена сообщениями в режиме реального времени. Вестник магистратуры. 2016. № 5-2 (56). С. 64.

² Словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/177487>. Дата доступа: 06.01.2018.

пользователям того или иного канала. Также возможно отправить свое сообщение на всю широкую аудиторию. В основном это сообщения, касающиеся изменения состояния сети или исходящие непосредственно от сервера.

Похожая система реализовалась во время операции «Буря в пустыне» во время войны в Персидском заливе в 1991 году, когда со всего мира сообщения в режиме реального времени транслировались в IRC³. Именно тогда сеть получила наибольшую популярность. На данный момент многие операционные системы и браузеры являются клиентами IRC-сетей: Windows, Mac OS X, Android, Opera, Linux и другие.

В 1996 году официально была основана израильская компания Mirabilis, благодаря которой увидел свет самый популярный на тот момент мессенджер **ICQ** (от английского «I seek you» – «я ищу тебя»). За первый же год своего существования сервисом пользовались уже более 5 млн человек, а ежедневная аудитория составляла 1,3 млн. Самая первая версия поддерживала только текстовые сообщения. В 1998 американский медиа-концерн AOL выкупил мессенджер с целью расширения собственного мессенджера AIM, который был встроен в браузер Netscape Navigator.

Каждый пользователь имел свой девятизначный случайно сгенерированный номер UIN (Universal Internet Number), так как только с его помощью можно было начать поиск друзей. Со временем начали появляться привычные на сегодняшний день функции: истории переписок, список контактов, поиск. Затем появилось шифрование данных, появилась возможность звонить и отправлять сообщения на телефон. Позже появились голосовые сообщения, а также первый клиент ICQ для мобильных устройств. После удачного старта Skype ICQ ввел функцию голосовых и видеовызовов.

³ Index of /pub/academic/communications/logs/Gulf-War. URL:
<http://www.ibiblio.org/pub/academic/communications/logs/Gulf-War/>. Дата доступа:
 06.01.2018.

В связи с отсутствием оптимизации для мобильных устройств и с развитием социальных сетей ICQ начал терять пользователей. С 2010 года сервис принадлежит Mail.ru Group, который обеспечил сервис всеми недостающими функциями, но не былой популярностью. По данным на 2014 год число пользователей мессенджера по всему миру составляло 11 млн., из них 6,7 – из России⁴.

Mail.ru Group разработала свой собственный протокол обмена мгновенными сообщениями, а также клиент для него – **Агент Mail.ru**. Особую популярность этот мессенджер приобрел за счет электронной почты: пользователям почтового сервиса не требовалась дополнительная регистрация в мессенджере. С 2015 года компания решила сфокусироваться на развитии ICQ.

В начале 2016 года в мессенджере появились публичные чаты, рассчитанные на аудиторию в 10 тысяч человек и более. Заимствуя различные функции из других приложений и мессенджеров, ICQ начал активно модернизироваться и изменяться. Были включены исчезающие сообщения, возможность редактирования фото и видео, а также обработка изображений и специальные эффекты. В середине 2016 ICQ на Android вошло в список лучших российских приложений⁵.

XMPP, или **Jabber**, в отличие от других протоколов является открытым. Это означает, что не существует единого сервера и каждый может создать свой собственный, используя открытую или закрытую политику регистрации пользователей. Это исключает наличие спама в сообщениях, а также коммерческую рекламу и возможность взлома аккаунта. Такая децентрализованность также означает, что пользователь может поддерживать активное общение и с другими серверами. На таком протоколе основана

⁴ Mail.ru Group Limited. Предварительные результаты за 2013 финансовый год. URL: <https://corp.mail.ru/ru/press/releases/9011/>. Дата доступа: 06.01.2018.

⁵ MSQRD, Telegram и ICQ попали в список лучших российских приложений по версии Google. URL: <https://vc.ru/16068-russian-apps-2016>. Дата доступа: 06.01.2018.

работа многих известных систем передачи сообщений, например, Facebook, «ВКонтакте», Google Talk, LiveJournal и другие.

Всем пользователям такой сети присваиваются уникальные идентификаторы, состоящие из двух частей: имени пользователя и доменного имени сервера, на котором он зарегистрирован. Разделяет их всем привычный знак «@». Благодаря этому можно не только придумать уникальный логин, но и избежать взлома своих учетных записей.

Данная система позволяет подключаться к сетям с другими протоколами и наоборот. Связь происходит благодаря сервисным шлюзам, которые предоставляют возможность пользователю другой сети зарегистрироваться на нем и подключиться к новой сети. Любой клиент, поддерживающий Jabber, может быть использован для подключения и переадресации к сети без какого-либо дополнительного кода или необходимости иметь прямой доступ к Интернету⁶.

Мессенджер **Skype** был разработан в 2003 году. Изначально программа имела простой интерфейс и делала основной упор на голосовую связь, в отличие от других популярных на тот момент мессенджеров. Своей быстрой популярностью сервис обязан простоте установки, удобству в использовании и освоении, а также звуковой зашифрованной связи. Со временем появляются функции, позволяющие связать учетную запись с телефонным номером, перенаправлять звонки с одного аккаунта на другой и на обычный телефон. Затем появилась видеосвязь и возможность отправлять SMS-сообщения. Отдельную любовь пользователей завоевало введение видеоконференций.

В 2009 году вышел клиент для iPhone, в 2010 – для Android. В том же году появилась возможность отправлять сообщения в чате в офлайн-режиме. С 2011 года права на корпорацию приобрела Microsoft, а потому поддержка

⁶ Федотов Е.А., Бондаренко Т.В., Федотова В.Н., Поляничка М.И. Исследование протоколов обмена сообщениями в режиме реального времени. Вестник магистратуры. 2016. № 5-2 (56). С. 65.

приложением Windows стала приоритетной. Также был выпущен Skype для PlayStation. В феврале 2012 года мессенджер поставил собственный рекорд – одновременно в сети находилось 32 млн. пользователей.

Создание Skype TX позволило использовать программу целенаправленно телестудиям и радиостанциям. Групповые конференции стали бесплатными. Последним нововведением сервиса стало внедрение элементов искусственного интеллекта благодаря голосовому помощнику Cortana⁷.

WhatsApp, созданный в 2009 году бывшими сотрудниками Google и Yahoo, на сегодняшний момент является самым популярным мессенджером во всем мире. Его аудитория составляет около 800 млн. пользователей. У WhatsApp существуют мобильные версии на базе операционных систем, а также веб-версия.

Плюсами приложения являются: отличная работа даже при слабом интернет-подключении, регистрация пользователя происходит непосредственно по телефонному номеру без дополнительных логинов, возможность совершать бесплатные голосовые и видеозвонки, отправлять бесплатные SMS и различные файлы, записывать голосовые сообщения, редактировать фотографии. Мессенджер имеет функцию резервного копирования сообщений, что позволяет сохранять и не потерять нужную информацию. Однако мессенджер имеет ряд недостатков, например, групповой чат не может включать более 100 пользователей одновременно (что в три раза меньше, чем в чатах Skype)⁸. Также, по словам Павла Дурова, создателя мессенджера Telegram, разрешение сторонних резервных копий

⁷ Яковлева Е.С. Самоучитель Skype. Бесплатная связь через Интернет. СПб.: БХВ-Петербург, 2008. С. 304.

⁸ Бирюков В.А. Использование мессенджеров для дистрибуции контента средств массовой информации. В сборнике: Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. М., 2017. С. 18-19.

является крупнейшим обманом и мошенничеством по отношению к потребителям, так как многие крупные компании имеют прямой доступ к чатам WhatsApp⁹.

Мессенджер **Viber** появился годом позже и тоже стал очень популярен. Запустился этот проект как интернет-телефон для смартфонов, но стал активно использоваться как для текстовых, так и для графических сообщений. Особенно хорошо работает в условиях медленных соединений, например, 2G или EDGE. С появлением стикеров, публичных и групповых чатов сервис приобрел еще большую популярность. Более того, у пользователей появилась возможность прямо в приложении что-то изобразить и сразу отправить получившуюся картинку собеседнику. Услуга Viber Out позволяет совершать звонки на мобильные или стационарные номера.

Приложение автоматически составляет список друзей пользователя, когда тот разрешает доступ к своей телефонной книге. При подключении нового человека из списка контактов к данному мессенджеру пользователю приходит оповещение. Как и WhatsApp, Viber доступен и на мобильных платформах, и на компьютерах.

Однако у мессенджера находятся несколько существенных недостатков. Во-первых, если у WhatsApp групповой чат может поддерживать 100 человек, то чат Viber – не более 15. Также пользователи могут отправлять файлы только определенных форматов, видео и фото. Во-вторых, большое количество рекламных сообщений, чуть ли не ежедневно напрягающих пользователей. В-третьих, в вопросах конфиденциальности мессенджер «славится» утечками данных, а также обвинениями руководства компании в шпионаже. Это может быть причиной выбора пользователями альтернативных служб обмена сообщениями.

⁹ Why the WhatsApp backdoor is bad news. URL: <http://telegra.ph/whatsapp-backdoor-01-16>. Дата доступа: 07.01.2018.

В этом смысле самым безопасным мессенджером считается **Telegram** - проект, разработанный Павлом Дуровым в 2013 году. Надежным его делает режим шифрования данных и примененные при создании сервиса алгоритмы, которые гарантируют безопасность данных пользователя даже от разработчиков. Преимуществом мессенджера является свободное программное обеспечение с открытым кодом, поддержание разных платформ и типов передаваемого контента, наличие каналов, а также использование умных ботов. В Telegram нельзя совершать голосовые и видео звонки, однако доступны такие виды сообщений. Именно на работе данного мессенджера и его возможностях будет построено дальнейшее исследование в работе.

Facebook Messenger – продукт известнейшей социальной сети Facebook и мессенджер, не привязанный к конкретной платформе. С его помощью можно отправлять сообщения не только пользователям соцсети, но и присылать на электронную почту, а также в виде SMS-сообщения. В таком случае пользователь становится обладателем почтового ящика с адресом в виде user@facebook.com и получает возможность получать сообщения из мессенджера на почту.

iMessage – программа, заменяющая для пользователей техники Apple систему сообщений. До отправки сообщения система проверяет, находится ли адресат в сети и отправляет ему либо обычное SMS, либо сообщение через сеть. Также у пользователей есть возможность отправлять и получать сообщения с нескольких устройств, например, с iPhone и iPad.

Для Android также существует свой универсальный мессенджер – **Google Talk**. Он используется в соцсети Google+ и встроенном чате Gmail. Отличительная черта мессенджера состоит в том, что пользователь постоянно находится в сети и может получать сообщения даже тогда, когда не пользуется чатом. Для работы с сервисом даже не обязательно иметь учетную запись в Google.

Самый интерактивный и напоминающий социальную сеть мессенджер – **Snapchat**. Он позволяет пользователям отправлять друг другу фото и видео сообщения с подписями. Оно будет доступно только на протяжении 10 секунд, пользователь сам решает, кому его отправить: одному человеку, группе людей или всем своим друзьям и подписчикам. Особенностью мессенджера является доступность только в качестве приложения для мобильного телефона¹⁰.

С появлением ICQ интерес аудитории к мессенджерам начал возрастать, однако после возникновения социальных сетей он пошел на спад. Сейчас же у мессенджеров открылось «новое дыхание», и службы мгновенных сообщений начали завоевывать новый пласт пользователей. Об этом в своем ежегодном отчете о развитии медиа говорил медиастратег Ник Ньюман. «Приложения для обмена сообщениями, такие как WhatsApp, WeChat, Line, Snapchat, начинают угрожать "традиционным" социальным сетям и становятся новым эпицентром для цифровых инноваций. Эти сервисы показывают ежеквартальный рост на 15% и более, поскольку они стремятся стать главным приложением для всей мобильной аудитории»¹¹. В Таблице 1 представлены данные по аудитории наиболее популярных в России мессенджеров за март 2016 и 2017 года¹².

¹⁰ Бирюков В.А. Использование мессенджеров для дистрибуции контента средств массовой информации. В сборнике: Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. М., 2017. С. 20.

¹¹ Newman N. Media, journalism and technology predictions. URL: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2016/01/Newman-Predictions-2016-FINAL.pdf>. Дата доступа: 15.02.2018.

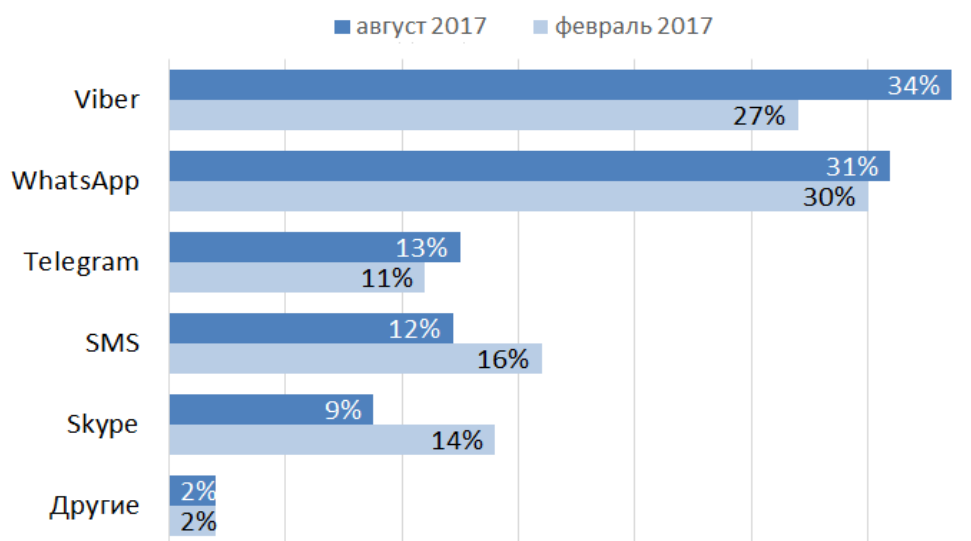
¹² По данным Mediascope. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3306409>. Дата доступа: 26.02.2018.

Таблица 1. Аудитория популярных мессенджеров в России

	Март 2017		Март 2016		Март 2017		Март 2016	
	Охват (тыс. чел.)	% от населения	Охват (тыс. чел.)	% от населения	Среднедневной охват (тыс. чел.)	% от населения	Среднедневной охват (тыс. чел.)	% от населения
WhatsApp	10668,7	40,7	9523,4	37,0	5696,4	21,7	4736,6	18,4
Viber	8658,4	33,0	7720,9	30,0	3923,1	15,0	3343,6	13,0
Skype	3490,2	13,3	4211,0	16,3	728,3	2,8	766,8	3,0
Telegram	2018,2	7,7	854,5	3,3	575,7	2,2	281,8	1,1
Facebook Messenger	1103,7	4,2	1208,1	4,7	188,9	0,7	224,2	0,9
Hangouts	672,6	2,6	875,1	3,4	114,5	0,4	161,3	0,6
ICQ	313,7	1,2	330,6	1,3	92,5	0,4	83,8	0,3
«Mail.Ru Агент»	270,2	1,0	517,8	2,0	51,8	0,2	133,3	0,5

Наглядную долю популярности мессенджерам придают их обсуждения и упоминания каждого из них. Анализ обсуждений каналов коммуникаций позволяет выявить, какие из них наиболее востребованы, а какие – теряют свои позиции.

Основная зона роста мессенджеров – использование их в онлайн-продажах. Использование Viber, WhatsApp, а в последнее время и Telegram, для продажи товаров и услуг показывает устойчивый темп роста.

Таблица 2. Изменение доли упоминаний мессенджеров¹³

¹³ По данным Brand Analytics. URL: <http://blog.br-analytics.ru/messendzhery-v-rossii-avgust-2017-i-dinamika-rosta/>. Дата доступа: 26.02.2018.

Telegram показывает рекордные темпы роста за год с весны 2016, при этом нельзя не отметить рост внимания пользователей мессенджера к публичным каналам. Рост числа упоминаний Telegram в основном происходит именно за счет публикаций и обсуждений публичных каналов, кроме того увеличилась и аудитория каналов, что превратило мессенджер в весомый источник русскоязычного медиа-поля. Так, в октябре 2017 года на все публичные каналы и чаты мессенджера пользователи соцмедиа сослались более 1 миллиона раз¹⁴.

В настоящий момент основная цель развития цифровых устройств заключается в мобильности и соответствии темпу жизни, и именно поэтому все большую популярность набирают серверы и приложения, отвечающие главным потребностям современного пользователя: скорость, удобство, функциональность. Так, выше представлены самые популярные на сегодня мессенджеры, с помощью которых большинство современных людей реализуют свое общение. Существуют также и сугубо локальные мессенджеры в отдельных регионах: **Hike** в Индии, **WeChat** в Китае, **Line** в Японии. Каждый из них преследует одну цель, но добивается её своими способами: через видеосообщения, звонки, фотографии, скорость, доступ к сети Интернет¹⁵.

1.2. Telegram: этапы развития и специфика

Свой новый проект в виде мессенджера, привязанного к телефонному номеру, основатель социальной сети «ВКонтакте» Павел Дуров представил в августе 2013 года. После конфликта с руководством Mail.ru Group разработчик вынужден был покинуть Россию. На тот момент перед ним стояла непростая

¹⁴ По данным Brand Analytics. URL: <http://blog.br-analytics.ru/top-100-oktyabr-2017/>. Дата доступа: 27.02.2018.

¹⁵ Корнев М. Мессенджеры для СМИ: только инструмент или новый канал дистрибуции? URL: <http://presscouncil.ru/index.php/monitoring-smi/novosti-smi/5160-messendzhery-dlya-smi-tolko-%20instrument-ili-novyy-kanal-distributsii>. Дата доступа: 07.01.2018.

задача: WhatsApp уже был достаточно популярным мессенджером во всем мире, Viber набрал десятки миллионов пользователей в Иране, России и других странах, отдельно успешно развивались локальные мессенджеры, например, Line и WeChat. Потому нужно было создать такой сервис, который бы отличался от остальных, был бы удобным в использовании и предлагал что-то особенное. Дуров сделал ставку на защищенность и шифрование трафика. Так появился Telegram – самый защищенный современный мессенджер.

Идея Павла Дурова заключалась в том, чтобы развивать несколько проектов параллельно: Telegraph (сервис онлайн-публикаций), Telegram и Pictogram (аналог Instagram). Однако после того как в 2013 году Эдвард Сноуден опубликовал секретные документы Агентства национальной безопасности, Павел Дуров решил сделать акцент на защищенности общения и шифровании данных. Идеи других проектов он попробовал использовать в Telegram. Николай Дуров, брат Павла, разработал специальную технологию шифрования переписки MTProto, на которой и функционирует данный сервис.

Лозунг компании: «Taking back our right to privacy» («Вернём себе право на приватность») был разработан на английском языке с целью привлечения международной аудитории. Позже, в связи с переходом WhatsApp и Viber на аналогичную систему полного шифрования end-to-end (шифрование, при котором лишь отправитель и получатель обладают общим ключом), лозунг сменился на более лаконичный: «New era of messaging». Очевидно, что изменилась и сама система позиционирования сервиса.

Telegram запускался как обычный мессенджер, но смог быстро модернизироваться. Через два месяца после запуска у сервиса появилась функция создания секретных чатов. Сообщения этого чата в отличие от обычного не расшифровываются сервером и доступны только отправителю и получателю. Кроме того, Дуров создал открытую платформу на основе API Telegraph. С её помощью у любого программиста есть возможность создавать клиентов и свои приложения, называемые «ботами». Они отвечают на

команды в групповых и персональных чатах, осуществляют поиск в Интернете, используются в развлекательных целях и в бизнесе.

Только за месяц после запуска в августе 2013 года у мессенджера набралось 100 тысяч подписчиков. Через год их стало 35 млн. На сегодняшний день численность пользователей мессенджера составляет более 180 млн. человек (из них 8 млн. представляют Россию)¹⁶. Каждый день в Telegram регистрируется минимум 500 тысяч пользователей и ежедневно отправляет 70 миллиардов сообщений.

Для того чтобы стать пользователем, достаточно пройти регистрацию и создать свой логин. Зная его, другие люди могут найти пользователя в сети и начать общение. В конце 2014 года у сервиса открылась и веб-версия.

С 2015 года в Telegram появилась поддержка стикеров. Также мессенджер поддерживает передачу фотографий и видео высокого качества, голосовых и видеосообщений. Файлы можно отправлять как с устройства, так и помощью ссылки в Интернете. Размер отправляемых файлов ограничен и составляет 1,5 Гб, однако программа использует системы «догрузки» файлов после прерывания связи. Также мессенджер позволяет регулировать формат текста как в электронной почте, делая его жирным, курсивом или моноширинным.

С 2016 года появилась возможность редактировать отправленные сообщения. Через год появилась функция удаления собственного сообщения из переписки. После этого сообщение исчезает не только у отправителя, но и у получателя. Также в мессенджере можно оставить активную ссылку, кликнув по которой, у человека сразу откроется чат с нужным ему пользователем. Не нужно, как в Viber и WhatsApp, прежде чем писать человеку добавить его в контакты, проделав при этом с десяток лишних операций.

Помимо обычных личных и секретных чатов существуют мультичаты, рассчитанные на 200 участников, а также супергруппы, объем которых не превышает 10000 участников.

¹⁶ Данные по Telegram. URL: <http://telegra.ph/telestats-01-22>. Дата доступа: 27.02.2018.

Популярность Telegram по странам на 2016 год проследила аналитическая компания SimilarWeb¹⁷.

Таблица 3. Популярность Telegram по странам (в %)

Страна	Telegram.org (46 млн. визитов в месяц)	Telegram.me (20,9 млн. визитов в месяц)	Суммарная доля визитов в месяц
Иран	11,22%	46,36%	22,19%
Россия	12,33%	10,47%	11,75%
Бразилия	9,60%	-	6,61%
Италия	7,24%	3,02%	5,92%
США	6,11%	3,92%	5,43%
Испания	-	2,48%	0,78%

Согласно Таблице 3 очевидно, что самой большой популярностью мессенджер пользуется в Иране и в России. Эта статистика была подтверждена и через год. По данным на апрель 2017 ежемесячная аудитория мессенджера в Иране составляла 40 млн. человек, в то время как население страны – около 80 млн. В то же время в России количество пользователей составляло около 6 млн человек.

Такая популярность Telegram в персидских странах обусловлена тем, что основные мировые социальные сети (такие как Twitter и Facebook) заблокированы, и политика в области связей с общественностью крайне

¹⁷ Аудитория «Телеграмм» – общая статистика и анализ. URL: https://ru.telegram-store.com/blog/auditory_telegram/. Дата доступа: 11.01.2018.

жесткая. Поэтому Telegram становится альтернативой СМИ и одним из главных источников создания и распространения новостей. Аудитория популярных каналов составляет несколько миллионов человек, а высокая степень защиты позволяет пользователям активно обсуждать и критиковать существующую власть.

Во время выборов иранские политики обращались к жителям страны через Telegram-каналы. Загруженное и распространенное в мессенджере видео бывшего президента за сутки посмотрело более 3 млн. человек. По окончании выборов Telegram был признан одним из эффективных и важных каналов, которые привели политиков к победе. Всего в мессенджере 678 тысяч каналов на персидском, они получают 2 миллиарда визитов каждый день, из них 228 тысяч обновляются ежедневно, каждые 24 часа выходит в среднем 2.6 миллиона постов на персидском¹⁸.

Повышенная безопасность и защищенность позволила использовать Telegram киберпреступникам, мошенникам, продавцам наркотиков, а также представителям террористических организаций. Так, Telegram подвергался обвинениям в том, что его используют террористы ИГИЛ (организация запрещена в России). Через свои Telegram-каналы представители ИГИЛ занимались сбором денег на оружие. В ноябре 2015 года Павел Дуров заблокировал около 70 подозрительных каналов.

В России рост аудитории Telegram объясняется популярностью в стране Павла Дурова, а также разразившимся летом 2017 года скандалом вокруг возможной блокировки сервиса. Министр связи Николай Никифоров поддерживает связь с Павлом Дуровым и выступает против блокировки Telegram. Представители многих ведомств используют именно этот

¹⁸ National Center for Cyberspace, Ноябрь 2017. URL: <https://www.mehrnews.com/news/4153206/آخرین-آمار-فعالیت-کاربران-ایرانی-در تلگرام-۶۷۸-هزار-ثبت-در تلگرام-ایرانی-کاربران-فعالیت-آمار-آخرین>. Дата доступа: 27.02.2018.

мессенджер, так как он обеспечивает защищенное общение и «создан россиянином»¹⁹.

Возможная блокировка также не мешает политикам, например, пресс-секретарю президента России Дмитрию Пескову, использовать мессенджер для общения с журналистами, так как он «удобен для быстрого оповещения»²⁰. Сервис уже используется не только на личном уровне, но появляется в работе поликлиник, в сфере услуг и в госструктурах.

В Италии за 2015 год мессенджер устанавливали более 2 млн. раз. По некоторым версиям итальянских разработчиков, такая популярность обусловлена актуальностью и доверием к приложениям, построенным на технологии с открытым кодом. Плюс ко всему, и в Италии, и в Испании присутствуют языковые версии приложения для данных диалектов.

Кроме того, в Италии большинство населения является владельцами телефонов на платформе Windows, на которых Telegram работает лучше, чем его главный конкурент WhatsApp. За обычными пользователями последовали итальянские чиновники, представители министерств и католических церквей – все они (и министерство экономики и финансов) завело свои каналы в Telegram²¹.

В Бразилии в начале 2015 года было вынесено судебное постановление, согласно которому мессенджер WhatsApp должны были заблокировать в связи с отказом расшифровывать сообщения пользователей. Этого, однако, не произошло, но сильно повлияло на пользователей, которые, почувствовав возможность блокировки, переключилось на новый аналог – Telegram. В том году мессенджер на Android загрузили более 10 млн. человек²². Такой

¹⁹ Как Дуров продвигал Telegram: история прорыва русского мессенджера в мировой топ-10. URL: <https://secretmag.ru/trends/players/kak-durov-raskruchival-telegram.htm>. Дата доступа: 27.02.2018.

²⁰ Интервью Дмитрия Пескова телеканалу «Россия 24». URL: <http://www.vesti.ru/videos/show/vid/665699/>. Дата доступа: 27.02.2018.

²¹ Как Дуров продвигал Telegram: история прорыва русского мессенджера в мировой топ-10. URL: <https://secretmag.ru/trends/players/kak-durov-raskruchival-telegram.htm>. Дата доступа: 27.02.2018.

²² Данные по Telegram. URL: <http://telegra.ph/telestats-01-22>. Дата доступа: 27.02.2018.

популярности удалось добиться благодаря созданному на API приложению, ставшему настоящей социальной сетью. Все пользователи этого приложения автоматически становятся пользователями Telegram, так как базируются на серверах Павла Дурова.

Для англоговорящего населения (в том числе, и в США) пока в приоритете остаются другие представители мгновенных сервисов передачи сообщений.

В конце 2017 года в Иране начались массовые беспорядки и протесты, и для поддержания мира и обеспечения безопасности власти заблокировали Telegram и Instagram. По словам Павла Дурова, власти сделали это из-за его отказа блокировать каналы мирных протестующих.

Долгое время у мессенджера отсутствовала какая-либо другая версия кроме англоязычной. Создатель объяснял это тем, что возможная ставка, например, на русскоговорящую аудиторию не является выгодной, из-за государственного регулирования и нововведениях в законодательстве. Однако в октябре 2017 года вышло обновление, позволяющее полностью переводить интерфейс мессенджера с английского на русский, французский, украинский, малайский и другие языки. Это же обновление включало возможность делиться своей геопозицией.

В связи с ростом популярности и стоимости биткоина, Telegram собирается запустить блокчейн-платформу Telegram Open Network (TON) с собственной криптовалютой. В стратегии нового сервиса планы на борьбу за первенство с такими известными лидерами рынка электронных платежей, как Visa и Mastercard. Новая платформа сможет исправить существующие недостатки традиционных платежных систем и сочетать это с современными тенденциями в блокчейн-сетях.

Таким образом, на сегодняшний день у Telegram выделяются следующие особенности: каналы, внутренний чат компании, собственный бот,

клиентская поддержка, каталог товаров, отправка медиафайлов, фотофильтры²³.

Каналы – отличительный элемент мессенджера Telegram. Это публичные страницы, на которые может подписаться любой пользователь сервиса, и которые позволяют делиться новостями, интересными ссылками, фотографиями, мыслями на определенную тему. Для простого пользователя канал может заменить традиционный блог, краткую выжимку последних новостей любимого СМИ или являться альтернативой паблика «ВКонтакте».

Рост упоминаний Telegram в медиа и в обычной жизни объясняется в первую очередь активным использованием и функционированием публичных каналов, увеличение их аудитории и превращение каналов в весомый источник русскоязычного медиа-поля. Согласно статистике Brand Analytics, за лето 2017 года публичные каналы, находящиеся в топе, увеличили свою аудиторию в два раза, а каналы-лидеры показывают рост пользователей в десять раз²⁴.

Такое явление как «Telegram-канал» появилось осенью 2015 года. В сущности, ни у одного мессенджера до этого ничего подобного не существовало, если не считать публичные чаты в Viber. Однако там сообщения могли оставлять сразу несколько пользователей и подписывались они не названием чата, а личным именем. В Telegram нет имени автора сообщения (канал может быть полностью анонимным), не подразумевается обратная связь, так как нет возможности ответить или поставить лайк. Но у каждого опубликованного поста отображается количество просмотров, что означает, что любой посетитель канала может оценить его популярность и успешность.

²³ Аванесян Н.Л. Telegram, как пример мессенджера: возможности и перспективы развития. В сборнике: Научный потенциал XXI века. Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. М., 2017. С. 62-64.

²⁴ URL: <http://blog.br-analytics.ru/messendzhery-v-rossii-avgust-2017-i-dinamika-rosta/>. Дата доступа: 11.01.2018.

Всего каналами пользуются 80 миллионов человек, каждый месяц обеспечивая около 30 миллиардов просмотров.

В Таблице 4 представлены самые популярные каналы в русскоязычном сегменте за январь 2018 года (рейтинг построен по среднему количеству просмотров одного поста в январе)²⁵.

Таблица 4. Топ-30 Telegram-каналов по просмотрам за январь 2018

Канал	Подписчики (тыс.)
Сталингулаг @stalin_gulag	222,1
Давыдов.Индекс @DavydovIn	158,4
Mash @breakingmash	121,3
Бывшая @yourexgirlfriend	119,1
Артемий Лебедев @temablog	103,8
MUSIC 2017 @Muzik	102,4
Трансформатор @transformortv	100,6
Music Музыка @muziky	93,0
Навальный @navalny	92,9
MDK @mudak	88,0
Музыка в машину @carstune	84,6
Varlamov.ru @varlamov	78,6
2ch/Двач @dvachannel	78,4
Aavst @aavst55	66,2

²⁵ По данным «Медиалогия». URL: t.me/medialogia/98. Дата доступа: 27.02.2018.

Метро Петербурга @spbmetro	65,2
Футляр от виолончели @rospres	60,3
10\$ Баффетта @buff_10	60,2
Пикабу @pikabu_ru	60,0
Улетные приколы @funXD	57,3
Coin Post @coin_post	57,2
Мутко против @offsider	56,7
Английский язык @dailyeng	55,4
DeCenter @decenter	54,7
Лентач @lentachold	53,3
History Porn @historyporn	52,3
Plastik @plastikcash	50,8
Интересные факты @facts	49,3
Намочи манту @namochimanturu	48,8
НЕЗЫГАРЬ @russica2	48,7
ForkLog @forklog	48,4

Однако большинству пользователей мессенджера (в среднем 44% в средних и крупных городах РФ) не знакомы названия самых популярных Telegram-каналов. Самыми популярными тематиками по России в целом и по Москве в частности являются новостные и политические Telegram-каналы – их аудиторию составляют 44% пользователей мессенджера. К каналам, которые читают «по работе» относят, например, IT / программирование,

дизайн, финансы / экономика / бухгалтерия, недвижимость, наука, медицина, кулинария и пр.

Таблица 5. Какие Telegram-каналы пользователи читают чаще всего (от числа тех, кто пользуется мессенджером)



1.3. Медиа-контент в Telegram-каналах

Первые каналы создавались пользователями как аналог общения в групповом чате, со временем свои каналы начали открывать традиционные СМИ и новые медиа, пытаясь таким образом привлечь платежеспособную мобильную аудиторию. Первыми стали «РБК» и «Эхо Москвы», а уже к началу 2016 года каналы в Telegram стали для СМИ таким же привычным форматом, как страницы в социальных сетях.

Создавая каналы, редакции столкнулись с существенной проблемой: в отличие от обычных пользователей, которые публикуют контент без определенного графика, СМИ используют различные инструменты автоматизации, чтобы оперативно и регулярно размещать актуальную информацию. Такими инструментами являются, например, так называемые боты – написанные коды, которые запрограммированы на определенные действия в ответ на запрос пользователя. Боты «знают», где и что найти, и каким образом опубликовать в Telegram-канале эту информацию. Однако, они

не имеют возможности написать человеку первым: бот – это прежде всего реакция на запрос пользователя.

Еще одна особенность ботов заключается в том, что для них достаточно однократной инструкции по тому, какие материалы необходимо транслировать в мессенджере, по каким словам осуществляется поиск. Следовательно, журналисты продолжают заниматься своими прямыми обязанностями, а всю техническую работу за них выполняет бот.

Таким образом, ботами обзавелись многие СМИ: как те, которые уже работали с Telegram-каналами (например, «РБК»), так и те, которым оказалось достаточно лишь одного «бота-рассыльщика» (например, «Медуза»). «Медуза» стала первым медиа, запустившим своего бота. Его принцип заключается в том, что пользователь посредством ввода определенных команд имеет возможность получать «горячую» актуальную информацию, а именно – «Вечернюю Медузу» – краткую сводку новостей за прошедший день, подборку тематических новостей по любому запросу.

Интерес к ботам возрос настолько, что Telegram создал отдельную управляющую ботами среду – botfather. С момента её появления писать программу «бота-рассыльщика» и создавать практически свое собственное СМИ доступно любому пользователю, владеющему базовыми навыками работы с программными интерфейсами приложений. Для организации системы автопубликования сервису требуется источник данных – сайт СМИ, новостная лента или любой периодически обновляемый RSS-канал. После этого пользователь запрашивает настройки у botfather и получает у платформы код подтверждения для авторизации.

Успешное внедрение ботов и автоматизация повлияли на то, что многие из прототипов СМИ стали прямыми конкурентами традиционных изданий, опережая их как минимум в скорости публикации. Так, например, первые фото убитого в Киеве 23 марта экс-депутата Госдумы Дениса Вороненкова было опубликовано в Telegram-канале «ДТП и ЧП. Киев». Именно из этого

источника фотографии разошлись в сети²⁶. Сегодня боты – это способ почти мгновенно доставлять интересующую информацию потребителю. После программирования и запуска он не требует дополнительного внимания от редакции или журналиста, однако постоянно увеличивает трафик на сайт СМИ и внимание к нему.

Однако у ботов имеются и свои недостатки, наличие которых объясняет предвзятое отношение к ним со стороны медиа. За счет автоматизации и запрограммированности, боты не понимают естественного языка и человеческого голоса. А потому его функционирование ограничивается только небольшим набором команд, что не всегда удобно для СМИ, особенно не новостных.

Выделяют динамичные и статичные команды, выполняемые чат-ботом мессенджера ²⁷ . Статичные заключаются в запрограммированном или шаблонном ответе на интересующий вопрос пользователя. Когда бот видит совпадения в ключе-запросе от человека, он отправляет ему уже готовую информацию, которая заранее была внесена в его программу разработчиком. Эта информация не меняется, а остается постоянной. Динамичные же команды относятся к изменяемой информации. Например, если подписаться на чат-бота новостей спорта от «РБК», то пользователь будет получать актуальные спортивные новости сверхоперативно. При размещении материала на сайте «РБК» бот автоматически будет отправлять в мессенджере оповещение с заголовком и лидом всем подписчикам в индивидуальный чат. Таким образом, бот позволяет оставаться в курсе последних новостей, даже не открывая сам материал и не переходя на сайт издания.

Похожим свойством обладают и Telegram-каналы: пользователь точно также имеет возможность включать уведомления о новых записях на канале, на который он подписан, чтобы оперативно узнавать о происходящих

²⁶ Коноплев Д.Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях. Знак: проблемное поле медиаобразования. М., 2017. № 3 (25). С. 198-200.

²⁷ Иванов А.Д. Чат-бот Telegram и Вконтакте как новый канал распространения новостей. Вестник Волжского университета им. В.Н.Татищева. М., 2016. Т. 1. №3. С. 130.

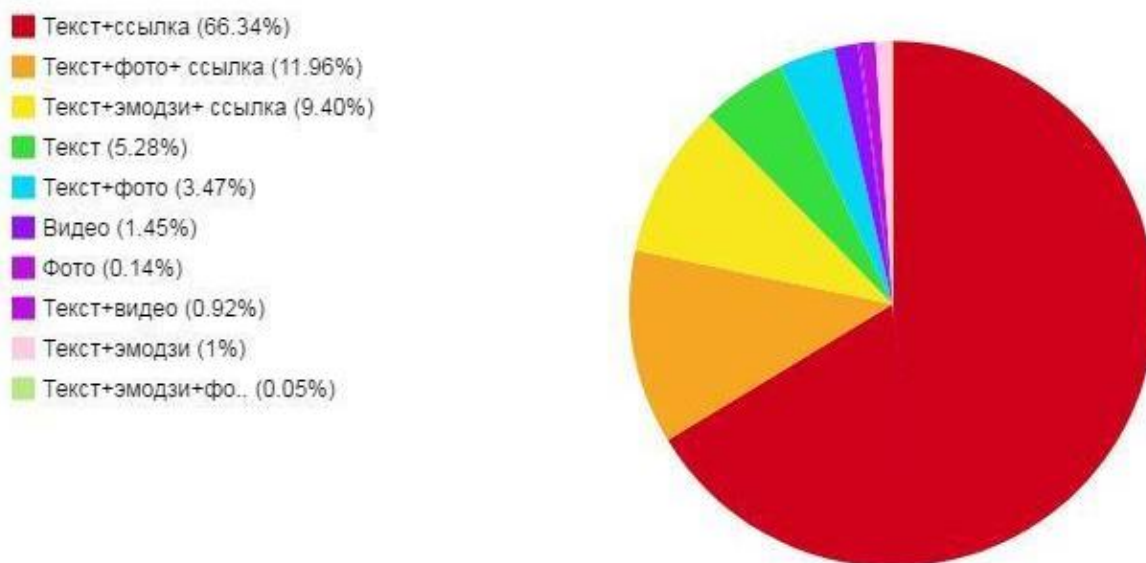
событиях. Исследования 2017 года показывают, что на сегодняшний день около 90% пользователей Telegram читают каналы регулярно и переходят по предлагаемым там ссылкам на сайты СМИ, в то время как в социальных сетях процент в 9 раз меньше – около 10%²⁸.

Почти все медиа, имеющие Telegram-каналы, структурируют свои посты по одному принципу: сообщение представляет собой краткий блок, состоящий из заголовка, лида или короткого описания новости и ссылки на источник, который чаще всего является переходом на сайт ресурса или партнерский материал. Однако не все редакции адаптируют контент под мессенджер и делают для него специальные выжимки из материалов и новостей (как, например, поступает «Медуза»). Многие делают переадресацию на сайт и дублируют публикации без каких-либо изменений.

Наиболее используемым способом передачи контента является сочетание текста с гиперссылкой на сайт издания. Иногда могут быть добавлены фото или эмодзи. В русскоязычных каналах СМИ нейтральные эмодзи употребляются достаточно часто, хотя фотография или gif-изображение все же удерживают позиции самого востребованного средства иллюстрации. Таким образом, тип передачи контента в мессенджере отличается от типа передачи в соцсетях: если в последних для повышения уровня вовлеченности аудитории используются иллюстрации (фото, рисунки, мемы, карты и т.п.), то в Telegram на первый план выходят гиперссылки, поскольку мессенджер для СМИ является еще одной площадкой транслирования контента.

²⁸ Фольц А.О. Каналы и боты российских СМИ в Telegram: новая платформа, старые проблемы. Век информации. СПб., 2017. Т.2. №2. С. 169.

Таблица 6. Средства передачи контента (в % от числа сообщений всех каналов СМИ)



Видеоконтент практически не используется, хотя в мессенджере присутствуют каналы телевизионных СМИ. Такую тенденцию исследователи объясняют тем, что загрузка видео требует дополнительного времени у аудитории и достаточно сильного интернет-сигнала, но в мессенджере пользователи могут читать новости в различных условиях: дома, в транспорте, на работе, на лекциях, за завтраком и т.п.²⁹. Push-уведомления, которые присылает мессенджер в случае с видеоконтентом (например, «Российская газета»), едва ли способны привлечь большое внимание пользователей и такие посты показывают меньшее количество просмотров, чем небольшой информационный текст или иллюстрация. Примечательно, что редкое использование фото и видео характерно также для испанских региональных СМИ, причем медиа Пиренейского полуострова также подавляющее

²⁹ Соколова Д.В. Дистрибуция новостного контента в мессенджере Telegram // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2380>. Дата доступа: 27.02.2018.

большинство сообщений в Telegram сопровождают ссылками на собственные сайты.

Отдельный интерес и заметное влияние на новостную повестку приобрели Telegram-каналы, которые принципиально отличаются от традиционных СМИ и публикуют только истории, проверка достоверности которых невозможна, или же собственную точку зрения на происходящие события. Чаще всего это каналы политической направленности. Например, в таких каналах как «Методичка», «Сталингулаг» или «Незыгарь» количество подписчиков более чем в два раза превышает среднее число подписчиков в официальных каналах традиционных СМИ. Это является особенностью Telegram – он позволяет развиваться авторской (персональной) журналистике, набирают популярность аналитические каналы, где пользователи делятся своей точкой зрения на актуальные резонансные события и часто их аналитика бывает более конструктивной и глубокой, чем в традиционных средствах массовой информации.

Таким образом, Telegram становится не только коммуникативным каналом, свободным от любой потенциальной цензуры, но и местом, где привередливый пользователь имеет возможность находить любую информацию.

По данным SimilarWeb большинство подписчиков каналов и ботов в Telegram «не доверяют традиционным СМИ» (37,5%) и «предпочитают получать информацию из первоисточника» (29,5%) ³⁰. Эта статистика фактически означает, что миграция аудитории с традиционных сетевых площадок в мобильные сети нового типа активно продолжается.

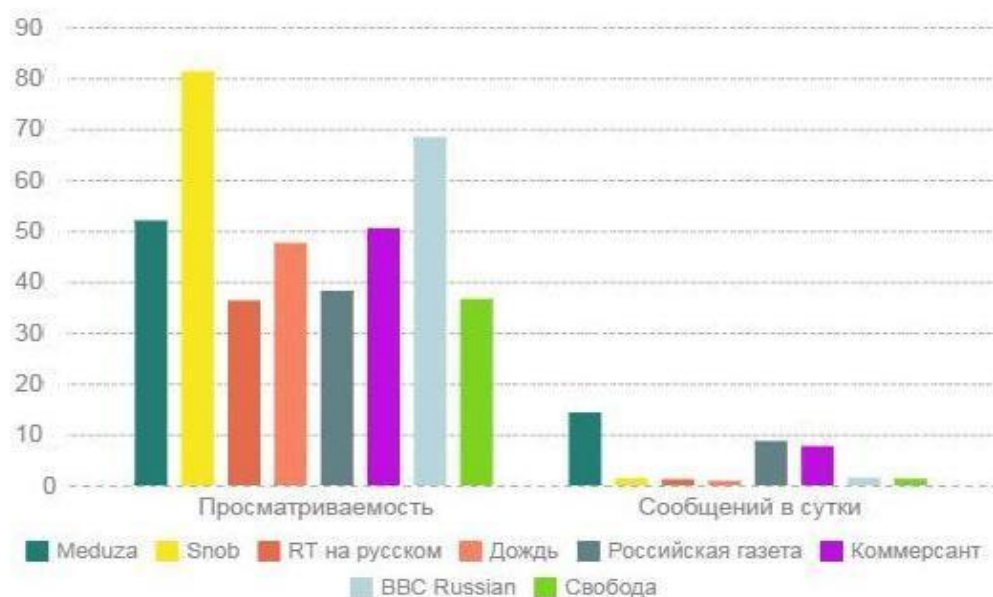
³⁰ Аудитория «Телеграмм» – общая статистика и анализ. URL: https://ru.telegram-store.com/blog/auditorya_telegram/. Дата доступа: 11.01.2018.

Таблица 7. Число подписчиков Telegram-каналов СМИ³¹

Медуза	85943
РТ на русском	41321
Дождь	29216
Сноб	29096
Российская газета	27065
РИА Новости	16760
Коммерсантъ	14198
Life	11240
Ведомости	10626
Газета.ру	7323

Публикационная активность не оказывает влияния на количество просмотров. Наоборот, большое количество публикуемых сообщений в день отталкивает аудиторию, которая, видя частые уведомления от того или иного СМИ, не просматривает сообщения полностью.

³¹ На 15 февраля 2018 г. Примечание автора.

Таблица 8. Соотношение публикационной активности³²

Российские СМИ в Telegram не разработали четкой контентной стратегии для мессенджера. Многие издания стараются публиковать определенное число сообщений в сутки – не больше 7–10. Как отмечает компания Brand Analytics, у тех каналов, которые публикуют контент 1–2 раза в сутки, аудитория значительно шире, чем, например, у СМИ, бомбардирующих подписчиков новостями в течение всего дня³³.

Несмотря на то, что Telegram – российская разработка, 88,25% пользователей мессенджера зарегистрированы не в Российской Федерации. Сервис пользуется популярностью в Иране, Бразилии, Италии и Испании. Не только отечественные, но и зарубежные СМИ имеют свои «представительства» в мессенджере. Боты в Telegram завели, например, английская «Дэйли Телеграф» (Daily Telegraph), итальянская «Корриера дела Сера» (Corriere della Sera), испанские «Эль Паис» (El Pais) и «Эль Мундо» (El

³² Соколова Д.В. Дистрибуция новостного контента в мессенджере Telegram // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2380>. Дата доступа: 27.02.2018.

³³ Мессенджеры в России: цифры и тренды, весна 2017 // Brand Analytics. 24.03.2017. URL: <http://blog.br-analytics.ru/messendzhery-vesna-2017/>. Дата доступа: 27.02.2018.

Mundo) и другие. Если число подписчиков европейских медиа на порядок уступает показателям российских СМИ, то вещающие в Иране СМИ намного опередили и «Медузу» и Russia Today: например, «Радио Фарда» (Radio Farda, с перс. «Радио Свобода») – 90,5 тыс. подписчиков, «Би-би-си Персиан» (BBC Persian) – свыше 914 тыс. подписчиков.

Telegram от социальных сетей и остальных мессенджеров отличает несколько особенностей, которые являются его преимуществами.

Во-первых, этот мессенджер защищает личную переписку пользователей и гарантирует конфиденциальность персональных данных. В Viber, к примеру, может случиться так, что, если пользователь переустановил приложение, то потерял всю переписку.

Во-вторых, в каналах нет возможности комментировать записи, ставить лайки и напрямую разговаривать с автором, что избавляет пользователей от многочисленных надоедливых комментариев пользователей, которые присущи социальным сетям.

В-третьих, включив уведомления, или отключив их, пользователи могут контролировать получаемую информацию и оставаться в курсе актуальных и интересующих событий в хронологическом порядке. Это является самой отличительной чертой от соцсетей, так как прописанные там алгоритмы обычно формируют ленту в зависимости от популярности записей, количества подписчиков в паблике, а также изначально в ленте новостей появляются посты друзей и только затем СМИ.

В-четвертых, в отличие от Viber и WhatsApp в Telegram есть возможность добавления хештегов в сообщения и последующего поиска по ним, а также очень удобная возможность обращения или упоминания участников чата через @. Еще в групповом чате можно переслать сразу несколько сообщений, тогда как в Viber к примеру, есть возможность переслать только одно сообщение, и нет возможности выделить сразу группу.

Для СМИ в Telegram есть два варианта развития событий: создание канала и/или программирование чат-бота. В отличие от каналов, боты слабо

связаны с непосредственной информационной деятельностью и служат скорее для облегчения использования и быстрого доступа к определенной информации. На сегодняшний день боты не пользуются большой популярностью в медиасреде в отличие от каналов.

Тем не менее медиа активно используют мессенджер для распространения своего контента. Следует выделить несколько тенденций, которые формируют у СМИ такую необходимость.

Во-первых, активное развитие мобильного Интернета и гаджетов влияет на формирование новых каналов доставки информации. Следовательно, популярным медиа приходится существовать в состоянии постоянного эксперимента с новыми технологиями.

Во-вторых, развитие среды Web 3.0 позволяет глубже погрузиться в потребности аудитории и форматы медиапотребления, «обучаемые» алгоритмы теперь формируют индивидуальную для каждого потребителя ленту новостей и предлагают интересные материалы, основываясь на предпочтениях пользователя.

В-третьих, все медиатренды сводятся к тому, что журналистика становится максимально персонализированным сервисом, и Telegram на данный момент является катализатором этого процесса.

Глава 2. Telegram в современной медиа-среде

2.1. Аудитория, специфика и способы монетизации Telegram-каналов

Персональное медиа – это явление, с одной стороны, абсолютно понятное, с другой стороны, неизвестное, потому что нет ни одного четкого научного определения данного термина.

Слово «персональный», согласно Толковому словарю Д.Н. Ушакова, означает «касающийся лично данного человека»³⁴. Второе значение – «исходящий от какого-нибудь отдельного лица»³⁵. Таким образом, персональные медиа – это средства коммуникации, где сообщения исходят от отдельного лица группе и касаются напрямую каждого из участников общения. Это может быть как одностороннее взаимодействие, так и коммуникации в форме диалога или полилога.

Заинтересовать аудиторию – вот основная задача любого успешного персонального медиа. В настоящее время средства и инструменты производства и передачи информации как никогда общедоступны. Вполне реально снять и смонтировать фильм, используя возможности обычного смартфона. Еще легче написать книгу, распространять ее бесплатно в сети и превратиться в популярного писателя. «Аудитория прощает все, кроме скуки»³⁶. Занудство и однообразие – враги любого медиа, тем более персонального.

В этой связи, на первый план выходит личность человека, стоящего за персональным медиа. С фразы «Привет. Наверное, я погорячилась» в июне

³⁴ Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка. URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=48156>. Дата доступа: 15.04.2018.

³⁵ Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка. URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=48156>. Дата доступа: 15.04.2018.

³⁶ Лично/общественный дневник Эльдара Муртазина. URL: <http://mrmurtazin.com/2009/11/25/personalnye-media-nekotorye-mysli/>. Дата доступа: 05.04.2018.

2017 года началась история проекта «Бывшая» – самого популярного русскоязычного Telegram-канала 2017 года по данным «Медиалогии»³⁷. Изначально автор проекта стендап-комик Артур Чапарян писал сообщения от имени воображаемой девушки ради шуток. Но за первые две недели аудитория «Бывшей» выросла до 35 тыс. человек, а к концу лета достигла 75 тыс. подписчиков, и среднее количество просмотров одной публикации составило 290, 6 тысяч.

На одной только рекламе Чапарян успел заработать около 1 млн. руб., а еще 1,2 млн. руб. получил, когда продал канал Юрию Корбу. Спустя всего неделю после сделки новому владельцу предложили за канал уже более 3 млн. руб. Сейчас проект оценивается в 5,5 млн. рублей³⁸.

«У скучного человека не получится интересный популярный проект. Большинство людей, которые добились большой популярности, мягко говоря, неоднозначны. Но, при этом, их уважают за то, что у них есть свое мнение, которое они не боятся высказывать. Невозможно быть хорошим для всех, нравится всем, да и глупо к этому стремиться. Именно поэтому так много интересных Telegram-каналов: у каждого автора свой посыл и подход к интересующим его темам, а, следовательно, и своя аудитория»³⁹.

Создать собственное медиа, превратить обычный блог/канал в интересный проект – нелегкая задача, требующая определенных вложений и большого труда. Часто успех отдельных людей представляется как счастливый случай, однако чаще всего человек прикладывает значительные усилия и постоянно работает над собой для достижения успеха своего персонального медиа. На сегодняшний день персональный блог является одной из необходимых частей жизни современного человека.

³⁷ Telegram-каналы: июль 2017. По данным <http://www.mlg.ru/ratings/socmedia/trends/5430/>. Дата доступа: 05.04.2018.

³⁸ Телега про каналы. URL: <https://medium.com/@ashomko/телега-про-каналы-110105ac5021>. Дата доступа: 05.04.2018.

³⁹ Лично/общественный дневник Эльдара Муртазина. URL: <http://mrmurtazin.com/2009/11/25/personalnye-media-nekotorye-mysli/>. Дата доступа: 05.04.2018.

По мнению Евгения Волкова, отдельной особенностью персональных медиа является способность монетизировать контент и зарабатывать на собственном блоге: «Как показывает опыт Instagram, драйвить будут персональные медиа. Люди запускают какой-то бложек, каналчик, а, начиная со 100–150 тысяч подписчиков, занимаются продажами и неплохо себя чувствуют. Есть 5–6% процентов людей, которые в состоянии внятно излагать мысли, креативить в видео, еще что-то. Эти люди будут создавать персональные медиа. Раньше это было не так удобно. В 2005 году все говорили, что ЖЖ всех убьет – но не убил, потому что он был неудобный. Потом говорили, что Facebook всех убьет. Но, по-моему, и его не хватит. Появится что-то еще»⁴⁰.

Как только появились Telegram-каналы, особой любовью к ним прониклись несколько групп пользователей:

1. Медиа, решающие вопрос генерации трафика на сайт;
2. Продвинутые паблики «ВКонтакте» (например, «Подслушано», MDK, «Шедевры Рекламы»);
3. Политические инсайдеры и обозреватели («Незыгарь», «Сталингулаг»);
4. Новые мини-блогеры, которые решили завести канал и использовать его как личный или профессиональный блог с обзорами, новостями на выбранную тему, интересными ссылками.

Конвертировать пользователей из социальных сетей в Telegram пабликам не удалось: соцсети все еще удобны для просмотра постов, а получать один и тот же контент на нескольких площадках подписчикам не интересно.

Политические каналы собирают довольно много подписчиков, что объясняется возможностью авторов свободно высказываться в адрес

⁴⁰ Полевое исследование медиацеха. Итоговое эссе. URL: <https://media.mail.ru/future/>. Дата доступа: 05.04.2018.

правительственных лиц и оставаться анонимным, а также неограниченностью количеством знаков (как, например, в Twitter, откуда пришел тот же «Сталинглаг»).

Четвертая же категория использует Telegram на все 100%. В процентном соотношении успешных кейсов очень мало, но за счёт огромного числа попыток (сейчас каждый второй – блогер) – появились новые интересные формы и форматы.

Первые проекты в новых жанрах создаются обычно как хобби. Делаются они хорошо и качественно – для себя. А первые деньги на них, как правило, зарабатываются случайно. Если в соцсетях люди нередко общаются с незнакомцами, то мессенджеры – это все-таки территория для друзей и близких знакомых. Поэтому большинство Telegram-каналов люди создавали для себя и друзей.

Михаил Кафанов, сооснователь агентства «Мохнатый сыр», начал пользоваться Telegram с момента его появления. 1 января 2016 года Кафанова осенило – ему не хватало сервиса, который бы мониторил неполитический контент в СМИ. Так появилась идея проекта «Интересные статьи» (@bestarticles) – ежедневная подборка ссылок на публикации в медиа на русском и английском, которые приглянулись автору.

Распространять контент Кафанов решил всеми возможными способами: в почтовой рассылке, социальных сетях и мессенджерах – в общей сложности у проекта 83 тыс. читателей на 13 платформах, но почти половина из них приходится на Telegram-канал (40 тыс. подписчиков)⁴¹.

На старте Кафанов практиковал партнерства с другими каналами, но вскоре решил отказаться от этой затеи, потому что упоминания чужих проектов «захламляют ленту и подрывают веру в проект»⁴².

⁴¹ Денежный канал: как Telegram превращается в площадку для бизнеса. URL: https://www.rbc.ru/own_business/12/09/2017/59b695009a794750f20a29fa. Дата доступа: 05.04.2018.

⁴² Денежный канал: как Telegram превращается в площадку для бизнеса. URL: https://www.rbc.ru/own_business/12/09/2017/59b695009a794750f20a29fa. Дата доступа: 05.04.2018.

Посты выходят каждый день, на работу уходит 30 часов в неделю – у автора есть помощник, который удаленно участвует в поиске интересных материалов. «Я не создавал проект под монетизацию, я создавал его под свои нужды. Когда коммерческий потенциал стал очевиден, начал его использовать», – вспоминает Кафанов⁴³. Клиентов искать не пришлось – уже через месяц после запуска, когда у проекта было всего 2 тыс. подписчиков, обратились первые рекламодатели.

При публикации рекламы Михаил всегда маркирует контент от спонсоров, чтобы он не смешивался с редакционным. Он избегает рекламы азартных игр, торгов на Forex, сомнительных политических каналов и всего того, что отталкивает аудиторию. Несколько раз в месяц медиаконсультант получает предложения о продаже канала за 1–3 млн руб., но расставаться со своей аудиторией не намерен.

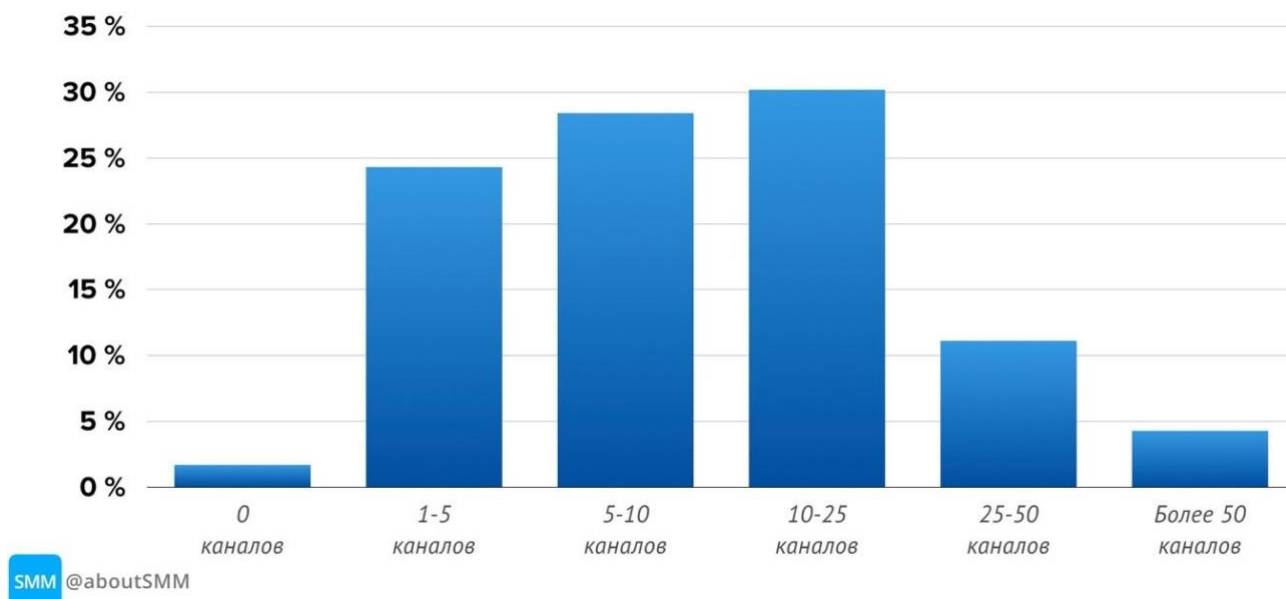
Юрий Корб сравнивает текущий подъем интереса к Telegram-каналам с развитием пабликов во «ВКонтакте» в 2012–2015 годах. «Рынок быстро рассеется, останутся несколько гигантов, которые будут получать хорошие чеки», – предсказывает Корб⁴⁴. «История повторяется, но в Telegram существенно меньше аудитория и нет ленты, как во «ВКонтакте»⁴⁵. «Соответственно, количество полезных подписок жестко ограничено способностью аудитории читать эти каналы», – замечает Федор Скуратов⁴⁶. По его мнению, каждый пользователь выберет для себя 5-10 каналов, а от остальных отпишется или не будет посещать.

⁴³ Денежный канал: как Telegram превращается в площадку для бизнеса. URL: https://www.rbc.ru/own_business/12/09/2017/59b695009a794750f20a29fa. Дата доступа: 05.04.2018.

⁴⁴ Денежный канал: как Telegram превращается в площадку для бизнеса. URL: https://www.rbc.ru/own_business/12/09/2017/59b695009a794750f20a29fa. Дата доступа: 05.04.2018.

⁴⁵ Денежный канал: как Telegram превращается в площадку для бизнеса. URL: https://www.rbc.ru/own_business/12/09/2017/59b695009a794750f20a29fa. Дата доступа: 05.04.2018.

⁴⁶ Инструкция к каналам Telegram: зачем нужны, как использовать, что читать. URL: <https://vc.ru/16807-telegram-channels>. Дата доступа: 01.04.2018.

Таблица 9. Количество читаемых Telegram-каналов⁴⁷

Почти у 30% пользователей мессенджера – 10-25 каналов, больше 25 каналов читает только 15%. 55% аудитории подписано менее чем на 10 каналов. Если исключить из выборки тех, кто не подписан ни на кого, то процентное соотношение будет выглядеть так: до 5 – 59%, от 6 до 10 – 16%, больше 10 – 24%. Эти данные показывают, что пользователи избирательно подходят к вопросу выбора контента и подписки⁴⁸.

Как мы уже отмечали выше, канал в Telegram – это практически публичная страница в Facebook или «ВКонтакте», но с некоторыми особенностями. В отличие от социальной сети, каналы: находятся в общем списке диалогов, а не выведены в отдельную ленту новостей; присылают уведомления о новых записях, которые, естественно, можно отключить; не имеют комментариев к записям.

Типичные сценарии чтения канала – зайти в него после уведомления о новой записи или читать время от времени, но сразу несколько материалов.

⁴⁷ Данные по Telegram. URL: <http://telegra.ph/telestats-01-22>. Дата доступа: 27.02.2018.

⁴⁸ Данные по Telegram. URL: <http://telegra.ph/telestats-01-22>. Дата доступа: 27.02.2018.

Активные пользователи Telegram тяготеют ко второму варианту, новички или те, кто подписан на 1-2 канала – к первому. По мнению Федора Скуратова, сооснователя проекта Combot для аналитики групповых чатов в Telegram, «канал, он как блог или паблик, только лучше»⁴⁹.

Вопрос о том, чем канал лучше блога или паблика с точки зрения читателя, имеет множество ответов, и все они будут верными. В социальных сетях большинство из нас уже подписано на огромное количество самых разных страниц: в лентах у пользователей слишком много мусора. Канал же – это именно подписка на заметки. Не «лайк» бренду, не добавление в друзья и не вступление в клуб любителей «газировки». Схема такая: зашел – посмотрел, если интересно – подписался и получаешь контент по интересующей теме. Это основной принцип действия персонального Telegram-канала.

Очевидно, что для активных пользователей Telegram большое количество каналов и чатов в списке диалога создает определенные трудности. А потому, например, для систем на Android существует специальный клиент Telegram Plus, умеющий разделять контент на вкладки⁵⁰.

«Просматриваемость» заметок на каналах достигает 100% от числа подписчиков (например, у «Сталингулага»). Обычно же, она находится на уровне 60-80% (у канала «Медуза-LIVE» – в среднем 80 тыс. просмотров на 135 тыс. подписчиков, у Mash – около 200 тыс. на 293 тыс. пользователей)⁵¹.

Общий охват может быть существенно выше, ведь любые репосты – в другие каналы, групповые чаты и даже личную переписку учитываются в счетчике просмотров. Сравните это с 10-15% охвата в хронологической ленте «ВКонтакте» или с мизерными, в районе 5%, показателями бесплатного охвата в Facebook. Если у вас канал с 10 тысячами подписчиков, вашу запись за неделю посмотрит примерно вся ваша аудитория. Для того, чтобы достичь

⁴⁹ Инструкция к каналам Telegram: зачем нужны, как использовать, что читать. URL: <https://vc.ru/16807-telegram-channels>. Дата доступа: 01.04.2018.

⁵⁰ Неофициальные клиенты Telegram с расширенными функциями. URL: <https://vc.ru/29104-neoficialnye-klienty-telegram-s-rasshirennymi-funkciyami>. Дата доступа: 05.04.2018.

⁵¹ Данные на 05.04.2018. Примечание автора.

схожего бесплатного охвата для неvirальной публикации, например, на Facebook, вам нужно было бы иметь около 200 тысяч лайков на публичной странице.

В Telegram есть виральность (вероятность того, что пользователи смогут заинтересоваться контентом и поделиться им с другими). Заметки точно так же распространяются в другие каналы, групповые чаты и в личные диалоги. И, по мере развития экосистемы Telegram, потенциал виральности будет только расти.

Таблица 10. Пример публикации с охватом в 2 и 4 раза больше количества подписчиков⁵²



Неналаженный поиск каналов значительно усложняет спектр разнообразия у пользователей. В самом деле, откуда вы узнаете, что в мессенджере в принципе есть блоги и публичные страницы, не говоря уже о публичных и непубличных групповых чатах (и ботах), если вы специально не ищите их или не замечаете ссылки на них в читаемых вами каналах. Такой

⁵² URL: <https://telegram.me/tgmarketing>. Дата доступа: 01.04.2018.

способ монетизации контента в мессенджере используется до 95% пользователей. Сейчас есть механизмы как ручного, так и автоматизированного продвижения своих каналов на активную аудиторию Telegram. Например, биржа рекламы в Telegram от Combot и Sociate.ru, различные каталоги каналов – в основном ручные, но появляются и автоматические топы.

Существует три источника рекламных денег в Telegram: продажа рекламы другим каналам, продажа трафика, имиджевые проекты.

Каналы можно монетизировать, а бренды могут получать с них одни из самых лучших по соотношению цена-качество пользователей. Крупные авторские «блоги» продают рекламу в частном порядке, для «средних» запускается биржа, которая позволит зарабатывать.

Стоимость действий в Telegram сейчас одна из самых привлекательных на рынке. Это создает неплохие возможности для брендов, даже несмотря на скромный общий объем аудитории. Также с помощью мессенджеров люди могут поддерживать отношения не только с друзьями и родственниками, но и с различными брендами и организациями.

Аудитория в Telegram качественная, уровень присутствия Digital и ИТ-специалистов в нем, по России, на уровне специализированных сайтов (показатель Affinity index по категории «программное обеспечение» в 300%)⁵³. Данные по Affinity index составлены на основе посещаемости веб-версии страниц со статистикой групповых чатов и отражают, в первую очередь, показатели для «активного ядра» Telegram.

Популярность каналов в мире прямо коррелирует с популярностью Telegram. Наиболее популярен он в Иране – там же сосредоточены все крупнейшие каналы. Если посмотреть на один из каталогов иранских каналов, @tele-wall.ir, видно, что популярные каналы имеют около 1 млн. подписчиков,

⁵³ Инструкция к каналам Telegram: зачем нужны, как использовать, что читать. URL: <https://vc.ru/16807-telegram-channels>. Дата доступа: 01.04.2018.

при этом, все цифры просматриваемости сохраняются на том же уровне, что и у небольших каналов.

2.2. Telegram-каналы: СМИ или не СМИ?

13 апреля 2018 года Таганский суд Москвы постановил заблокировать Telegram. Многие СМИ, пользователи соцсетей и мессенджеров уже успели назвать произошедшую ситуацию ограничением права граждан на свободу слова. Почему сложившаяся ситуация вызывает такой резонанс? Потому что в действительности Telegram является одной из самых популярных площадок, на которой пользователи распространяют свой собственный контент, делятся мыслями, текстами, подкастами и всем, что их интересует. За счет личных каналов пользователи формировали вокруг себя свою собственную аудиторию.

Telegram-каналы как источник новостей в значительно большей мере используются молодежью и людьми среднего возраста, в особенности – в Москве. Среди москвичей 18-25 лет 17% узнают новости из Telegram, среди тех, кому 25-35 лет – 8%⁵⁴.

В среднем Telegram как источник новостей используют 3% россиян (около 400 тыс. пользователей) и 5% в Москве. Безусловно, что многие СМИ имеют куда больший охват и используют канал как дублера содержимого своего сайта.

Нет никаких понятных способов оценить количество просмотров поста в Telegram, кроме обобщенной цифры «с глазиком» и поверхностной аналитики Telegram Analytics. Так как можно накручивать просмотры, распространять посты по другим каналам, пролистывать ленту сразу в конец, то этот показатель дает нам размытую статистику о том, как на самом деле

⁵⁴ Данные по Telegram. URL: <http://telegra.ph/telestats-01-22>. Дата доступа: 27.02.2018.

получается контент и сколько людей в действительности просматривает тот или иной пост.

Чем быстрее растут Telegram-каналы, тем чаще их руководители начинают сравнивать себя с медиа. Например, в 2017 году после выхода на канале «КСТАТИ!» (@kstatip) сравнения изданий «Аргументы и факты» (АИФ) с каналами Mash и Varlamov.ru, Родион Скрыбин из «Лайфхакера» разобрал, почему такое сравнение некорректно⁵⁵.

Для начала АИФ и Mash сравниваются только по просмотрам – в Google Analytics этот показатель называется «Просмотры страниц». Просмотры страниц – это общее количество страниц, просмотренных посетителями. Примерное количество просмотров постов за месяц в канале Mash – 10,5 млн (согласно Telegram Analytics), а у АИФ на сайте – 60 млн. «Диджитальный» АИФ почти в шесть раз больше чем Mash по этому показателю⁵⁶.

Родион Скрыбин делает акцент на сравнении уникальных посетителей (показатель «Пользователи» в Google Analytics), то есть на пользователях, для которых в указанный период был зарегистрирован хотя бы один сеанс. Именно по уникальным посетителям можно понять, сколько у издания читателей.

АИФ – традиционное медиа. У него есть главная точка входа (сайт aif.ru с приблизительно 20 млн уникальных посетителей) и каналы привлечения трафика (социальные сети, поиск, рефереры и т.д.). Социальный трафик (по SimilarWeb Pro) у издания составляет не более 4%; основные источники – директ и органика.

Mash – мультиканальное медиа с крупными представительствами в «ВКонтакте» (800 тыс) и Telegram (35 тыс). Сразу возникает проблема – нет никаких понятных способов оценить количество просмотров поста в Telegram, кроме обобщенной цифры «с глазиком» и поверхностной аналитики Telegram Analytics.

⁵⁵ Почему сравнивать издания и телеграм-каналы неправильно? URL: goo.gl/k328D4. Дата доступа: 09.04.2018.

⁵⁶ Почему сравнивать издания и телеграм-каналы неправильно? URL: goo.gl/k328D4. Дата доступа: 09.04.2018.

Таким образом, Скрыбин приходит к вопросам: «Как понять сколько уникальных посетителей увидели пост? Как посчитать величину аудитории Telegram-канала?». В теории уникальные посетители канала равны количеству подписчиков вместе с количеством просмотров с форвардов и упоминаний (далее «цитирования») всех постов за период. Первое измеримо, второе – очень относительно.

Для расчета Скрыбин выводит очень простую формулу ⁵⁷ : если количество просмотров поста больше чем количество подписчиков канала ($a > b$), то $a - b$ – это количество просмотров с цитирования. А если $a < b$?

Например, 23.09.17 в 17:54 на канале Mash вышел пост про судебные взыскания у АФК «Система». Он набрал 26 тыс. просмотров. Если 26 (a) < 35 (b), каким образом узнать, сколько просмотров совершили подписчики, а сколько сторонние пользователи? Это не определить.

Дело в том, что в Telegram любой пост в области экрана считается за просмотр. Просмотр не засчитывается в том случае, если пользователь нажимает на кнопку «вниз» и проматывает к самому свежему сообщению. Самое беглое пролистывание ленты вниз принесет каналу количество просмотров равное количеству постов в пролистываемой зоне.

Если предположить, что пользователь Telegram редко нажимает кнопку «вниз» и «видит» 80% всех постов в канале, совсем не важно, читает они их или листает, не глядя, просмотр засчитывается – это главное. С 14-го по 20-е августа в Mash вышло 97 постов. Тогда 35 тыс. подписчиков, которые «видят» 80% материалов, должны были дать каналу 2,7 млн просмотров.

По данным Telegram Analytics было 3 млн просмотров и 80 цитирований. Можно предположить, что 80 цитирований привели на канал 300 тыс. уникальных пользователей. То есть, при всех допущениях, месячная

⁵⁷ Почему сравнивать издания и телеграм-каналы неправильно? URL: goo.gl/k328D4. Дата доступа: 09.04.2018.

аудитория Mash чуть больше 1 млн уникальных посетителей. У АИФ она больше, чем у Mash в 19 раз.

«На самом деле еще больше», – делает вывод Родион Скрябин⁵⁸. Исходя из его исследования, можно сделать несколько выводов.

Во-первых, аудитория Telegram в России меньше чем АИФ минимум в два раза. Часть не может быть больше целого.

Во-вторых, корректно было бы сравнивать просмотры заголовков постов на сайте и просмотры постов в Telegram. Первое посчитать довольно сложно.

В-третьих, сравнивать пользователей с прочтениями, которых могло не быть – некорректно. Нельзя ставить в один ряд осознанное потребление контента и пролистывание ленты. А потому невозможно определить конкретный охват того или иного канала или поста с точки зрения уникальных пользователей и распространения информации до адресата.

Экосистема Телеграма продолжает уверенный рост примерно на 10% в месяц – в октябре 2017 года на все публичные каналы и чаты мессенджера пользователи соцмедиа сослались более 1 млн раз (число размещенных ссылок), в апреле 2018 года это число составляет уже 1,5 млн. Это показывает рост доверия СМИ к каналам⁵⁹.

В конце апреля-начале мая 2017 года появился канал Mash, который начал публиковать эксклюзивные посты один за другим, не называя себя СМИ. Его руководителем стал бывший заместитель главреда Life Никита Могутин. Однако СМИ долгое время публично не обращали на канал внимание, но в начале осени отношение к новому источнику информации поменялось. «Мы стараемся публиковать только то, что нравится нам самим, что в нас вызывает отклик. И надо чётко понимать, для кого ты подаёшь


⁵⁸ Почему сравнивать издания и телеграм-каналы неправильно? URL: goo.gl/k328D4. Дата доступа: 09.04.2018.

⁵⁹ Данные по Telegram. URL: <http://telegra.ph/telestats-01-22>. Дата доступа: 27.02.2018.

материал. В СМИ их подают неким общим образом – информация для всех. Мы же упаковываем конкретные темы под конкретных людей. Когда я делаю материал, у меня в голове образ человека, который это может репостнуть. Я для него пишу, а не для некоего абстрактного читателя»⁶⁰.

Согласно статистике Telegram-каналов на сайте telemetr.me, у канала Mash около 1300 упоминаний и ретвитов в день, а средняя вовлеченность подписчиков порядка 70%⁶¹.

Таблица 11. Данные за 18.04.2018

 Mash По вопросам сотрудничества - @mogutin Помахаться и обсудить новости - @mash_chat Прислать новость, фото, видео, аудио, бересту - @MashNewsBot			2018-04-18 19:43:55 последний пост breakingmash ссылка		
Подписчиков	295'252	Просмотров в сутки	3'754'017	ER	68.7%
Подписчиков на канале		Суммарно по постам		Вовлеченность подписчиков	
Новых подписчиков	+538	Просмотров на пост	202'920	Упоминаний канала	1245
За сутки		В среднем		Упоминания и репосты	
Новых подписчиков	+20345	Просмотров на пост	0		
За неделю		За текущие сутки			

Также на канал начали ссылаться сетевые СМИ. Например, «Медуза» ссылалась на Mash в материалах о пожарах в торговом центре «Зимняя вишня» в Кемерово⁶² и в ТЦ «Персей для детей» в Москве⁶³. До того, как канал набрал большую популярность, многие СМИ, ссылаясь на него, указывали фразу «Как сообщает Telegram-канал Mash, связанный с Life». Также у Mash есть

⁶⁰ Могутин Н. Девяностые в мире журналистики уже прошли. URL: <https://tjournal.ru/60505-nikita-mogutin-mash-devyanostye-v-mire-zhurnalistiki-proshli>. Дата доступа: 09.04.2018.

⁶¹ URL: telemetr.me. Данные на 18.04.2018. Примечание автора.

⁶² Пожар в Кемерово. Что известно на утро 26 марта. URL: <https://meduza.io/feature/2018/03/26/pozhar-v-kemerovo-chto-izvestno-na-utro-26-marta>. Дата доступа: 18.04.2018.

⁶³ При пожаре в московском торговом центре погиб один человек. Пострадали шестеро пожарных. URL: <https://meduza.io/news/2018/04/04/pri-pozhare-v-moskovskom-torgovom-tsentre-pogib-chelovek>. Дата доступа: 18.04.2018.

договоры с федеральными телеканалами на публикацию эксклюзивных видеороликов.

Telegram-канал становится персональной страницей, пост в нем приравнивается к посту в Twitter, на Facebook или странице «ВКонтакте». Например, сообщение об открытии пяти станций метро в 2018 году «Известия» получили из личного Telegram-канала вице-губернатора Санкт-Петербурга Игоря Албина⁶⁴.

Ссылаясь на какую-то информацию из канала, нельзя давать ссылки на конкретный пост – можно только на канал. Это создает проблемы для читателей, приходится делать скрин или репост из одного канала в другой.

Медиаконсультант Александр Амзин в начале февраля 2017 года опубликовал исследование по мотивам конференции MediaMakers, посвященное основным тенденциям в мире СМИ. Сам Telegram в отчете не называется, но попадает в категорию мессенджеров, которые становятся одним из «дополнительных каналов» распространения информации для журналистов⁶⁵.

По этим исследованиям, глобальный тренд ухода в мобильные приложения для коммуникации, такие как Viber, WhatsApp и Telegram, связан с потребностью пользователя в приватном информационном поле. Новые мессенджеры, несмотря на анонимность, дают пользователю ощущение, что он получает проверенную информацию от источников, которым он лично доверяет.

«Эта осознанность особенно важна для СМИ, так как предлагает им более лояльных потребителей», – подчеркивает Амзин⁶⁶.

⁶⁴ Пять новых станций метро откроют в Петербурге в 2018 году. URL: <https://iz.ru/719435/2018-03-13/piat-novykh-stantcii-metro-otkroiut-v-peterburge-v-2018-godu>. Дата доступа: 17.09.2018.

⁶⁵ Telegram шлет анонимки. URL: https://www.gazeta.ru/tech/2017/02/04/10506071/political_telegram.shtml#page2. Дата доступа: 09.04.2018.

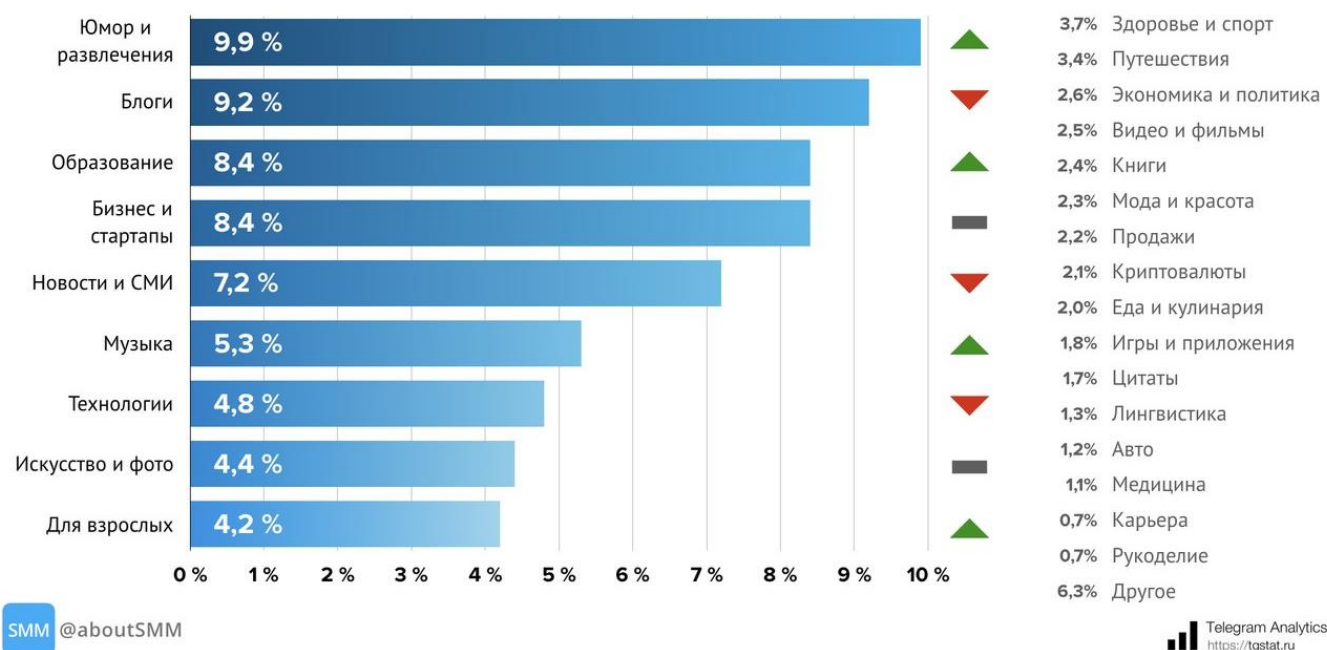
⁶⁶ Telegram шлет анонимки. URL: https://www.gazeta.ru/tech/2017/02/04/10506071/political_telegram.shtml#page2. Дата доступа: 09.04.2018.

В то же время Telegram-каналы, в частности те, которые открыто или анонимно предоставляют читателям якобы политические инсайды, не дают гарантий относительно правдивости информации. Это беспокоит журналистов, которые, прочитав в каналах «Незыгарь» или «Методичка» истории из кремлевского закулисья, пытаются подтвердить сведения. Более того, до сих пор неизвестно, кто именно управляет этими каналами, а также в чьих интересах здесь появляются сенсационные «утечки», которые могут привлечь интерес крупных СМИ и превратиться в большие скандалы.

Но основная проблема популярности информации, публикуемой с помощью подобных инструментов, заключается в другом. Для читателя уже нет разницы, кто пишет эти материалы – отдельно взятый человек, журналист или целое СМИ. Порой тенденция ставит в невыгодное положение СМИ, обязанностью которых является проверка информации и соответствии различным законам.

Сами упоминания Telegram выросли с 0,9 млн упоминаний в сентябре 2017 до 2,6 млн упоминаний в марте 2018. Конечно, очевидную роль в этом процессе сыграла постоянно поднимаемая тема блокировок Telegram. На графике ниже видно «ускорение» роста Telegram, спровоцированное повышенным к нему вниманием (по данным Brand Analytics⁶⁷). Всего за год Telegram упоминался в 18,6 млн сообщений в год.

⁶⁷ Популярность Telegram у российских пользователей выросла за полгода рекордными темпами. URL: <http://blog.br-analytics.ru/populyarnost-telegram-u-rossijskih-polzovatelej-vyroslo-za-polgoda-rekordnymi-tempami/>. Дата доступа: 09.04.2018.

Таблица 12. Распределение каналов по тематикам⁶⁸

В целом по России самыми популярными являются новостные и политические Telegram-каналы – 44% пользователей мессенджера, подписанных на каналы, читают их. К каналам, которые читают «по работе», относят, например, IT/программирование, дизайн, финансы/экономика/бухгалтерия, недвижимость, наука, медицина, кулинария и пр.

Согласно приведенным данным, наибольшую популярность для пользователей представляют каналы развлекательного содержания. К ним относится уже упомянутая «Бывшая», большинство каналов пабликов «ВКонтакте». Блоги стоят на втором месте и занимают 9,2% от всего количества каналов в русскоязычном сегменте.

Основываясь на представленном в мессенджере спектре каналов, можно выделить несколько вариантов и видов контента, который вы можете публиковать в своем канале:

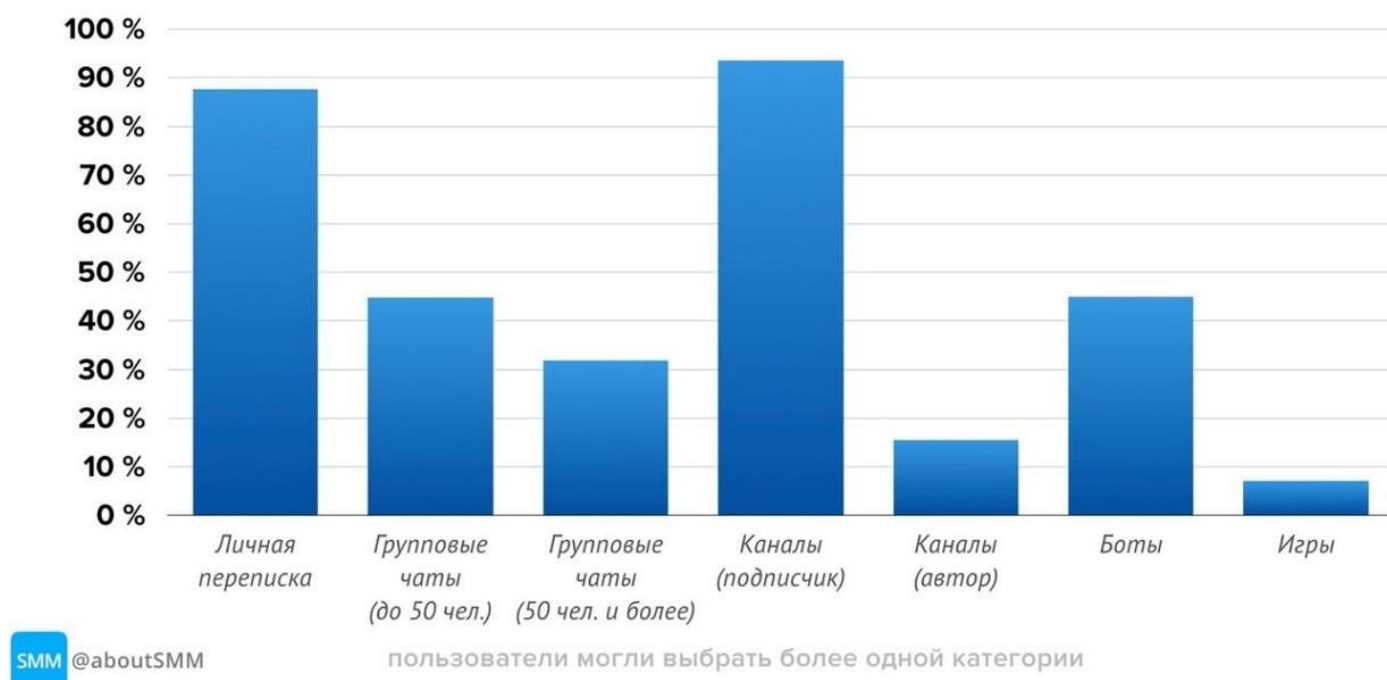
⁶⁸ Данные по Telegram. URL: <http://telegra.ph/telestats-01-22>. Дата доступа: 27.02.2018.

- Небольшие тематические заметки («Мысли-НеМысли», «Паша и его прокрастинация»);
- Обзоры и рецензии на книги, музыку, фильмы («Развивейшн»);
- Новости и их экспертная оценка (Mash, «Сталингулаг», «Незыгарь»);
- Ссылаться на статьи, видео и курсы («Бесплатные уроки»);
- Рассказывать о внутренней кухне вашего проекта («Журналистика»);
- Пересказывать книги («МиниКниги», «SmartReading»);
- Транслировать мероприятия («Мероприятия и нетворкинг»);
- Публиковать фотографии («Ящик», «Beautiful Land», «НСКУССТВО»);
- Делать ежедневные подборки (digest) полезных новостей и статей («Интересные статьи»);
- Фиксировать события из собственной жизни («Рябовой канал»);
- Публиковать интервью («Интервью»).

Более 90% пользователей являются подписчиками каналов и только около 15% ведут авторские каналы⁶⁹.

Авторские Telegram-каналы похожи на старые добрые дневники «Живого журнала», адаптированные к смартфонам: в них тоже самое главное – текст и индивидуальный стиль. Ключевое отличие в том, что Telegram открывает широкие возможности к зарабатыванию денег.

⁶⁹ Данные по Telegram. URL: <http://telegra.ph/telestats-01-22>. Дата доступа: 27.02.2018.

Таблица 13. Основные цели использования

Анастасия Красильникова, заместитель главного редактора сайта «Афиша Daily», автор каналов «Вашу мать!» (@vashumat) и «Дочь разбойника» (@megabitch) отмечает, что каждый канал имеет свои особенности и ведётся совершенно по-разному⁷⁰.

У канала «Дочь разбойника» (посвящен освещению проблемы сексизма в СМИ) около 12 тыс. подписчиков потому, что он поставляет уникальный контент и у него есть стиль, из-за которого люди на него подписываются. «Мне кажется, им интересны масштабы сексизма в медиа – пока на женоненавистничество в прессе не начнешь указывать пальцем, об этом мало кто задумывается. Очень помогает умение складно и задорно писать и выбирать темы, которые точно заденут многих – все, как в интернет-журналистике. Еще, по моим наблюдениям, хорошо работают опросы: читателям нравится, когда спрашивают их мнение. Многие делают кросс-

⁷⁰ Телеграм-каналы: сам себе работодатель. URL: <https://mediajobs.ru/expert-opinion/telegram-kanaly-sam-sebe-rabotodatel>. Дата доступа: 10.04.2018.

промо с каналами схожей тематики, и это тоже хорошо работает для привлечения аудитории. Также помогает запоминающееся название и описание»⁷¹.

Александра Жуковская, медиаконсультант, автор канала «Журналистика» (@dddjournalism) выделяет два способа монетизации каналов: продажа рекламы в канал и продажа через канал своей экспертизы⁷². Во втором случае канал либо помогает автору стать более дорогостоящим специалистом (как, например, произошло в ситуации Александры), либо прокачивает личный бренд, и автор начинает продавать свои консультации или платно выступать на конференциях. Можно даже книгу написать, такие случаи уже были в нескольких крупных каналах, например, у автора канала «Паша и его прокрастинация» Павла Федорова, и это тоже монетизация. «Я и рекламу продаю, и себя через канал. Считаю, что одно другому не мешает. Моя зарплата выросла в два раза за те полтора года, что канал существует, на рекламу за 2017 год я заработала около полумиллиона»⁷³.

Чтобы канал стал большим, нужна животрепещущая тема, в которой вы по счастливой случайности хорошо разбираетесь или начинаете разбираться по мере того, как канал растет. Либо нужно быть человеком с необычным хобби, местом жительства, профессией.

Павел Федоров, редактор «Вконтакте», автор канала «Паша и его прокрастинация» (@abbsol) начал вести свой канал с того, что «просто читал книги и статьи на интересующую его тему (контент-маркетинг и текстовый этикет), собирал выдержки в Evernote.

«Не создавайте очередной дайджест новостей или очередной канал про крипту. Каждый момент нужно оглядываться и проверять: а интересно ли это хоть кому-то, кроме моей давно умершей морской свинки? Если не интересно

⁷¹ Телеграм-каналы: сам себе работодатель. URL: <https://mediajobs.ru/expert-opinion/telegram-kanaly-sam-sebe-rabotodatel>. Дата доступа: 10.04.2018.

⁷² Телеграм-каналы: сам себе работодатель. URL: <https://mediajobs.ru/expert-opinion/telegram-kanaly-sam-sebe-rabotodatel>. Дата доступа: 10.04.2018.

⁷³ Телеграм-каналы: сам себе работодатель. URL: <https://mediajobs.ru/expert-opinion/telegram-kanaly-sam-sebe-rabotodatel>. Дата доступа: 10.04.2018.

– значит, пора что-то менять. Как это понимать? Смотреть на реакцию, например. В Telegram нет комментариев, но это не значит, что всем плевать и реакции не будет. Если ты публикуешь что-то полезное, то хоть кто-то, но придет поблагодарить за это. В первую очередь нужно думать о подписчиках и о том, что им интересно, а потом уже о рекламе и собственной выгоде»⁷⁴.

Илья Рябов, автор подкастов на YouTube-канале vsrap.ru, участник команды «КЛИККЛАК», автор Telegram-канала «Рябовой канал» (@ilyaliya), обращает внимание на то, что каналы начали напрямую доставлять контент пользователям⁷⁵. Раньше посредником между человеком и информацией были социальные сети. Telegram-каналы перемешены с обычными диалогами, увеличивается вероятность того, что пользователь зайдёт посмотреть, что вы написали, а значит и вовлечённость возрастает.

«Создавая канал, будьте полезными и актуальными. Регистрируйтесь в каталогах телеграм-каналов, ищите интересные каналы и предлагайте их владельцам взаимный пиар. Канал – это, безусловно, персональное медиа. Человек доносит информацию напрямую читателю, она воспринимается более доверительно. Хорошо развит рынок рекламы, удобно делиться почти любым контентом (подкастами, большими текстами, фотографиями). Вполне возможно, что из Telegram-канала вырастет медиа (крупное или самиздат, не важно). В остальном, они, скорее, встанут рядом со СМИ»⁷⁶.

Сергей Капличный, автор канала «Развивэйшн» (@helloskaplichniy) про книги, осознанность и продуктивность, определяет популярность Telegram в первую очередь тем, что пользователи стали более вовлечены в процесс⁷⁷. В своем канале Сергей в основном публикует только свои материалы, а также ссылки на свои публикации. Рекомендует книги, отвечает на вопросы,

⁷⁴ Телеграм-каналы: сам себе работодатель. URL: <https://mediajobs.ru/expert-opinion/telegram-kanaly-sam-sebe-rabotodatel>. Дата доступа: 10.04.2018.

⁷⁵ Примечание автора.

⁷⁶ Примечание автора.

⁷⁷ Примечание автора.

рассказывает, как развивать себя и быть более продуктивным, делится личным опытом.

«В конце каждой недели я составляю контент-план на следующую. В общем и целом, в неделю непосредственно работа с каналом занимает около 10-15 часов. Сюда же входит составление постов, планирование, общение с подписчиками и рекламодателями. Монетизируется канал за счёт рекламы. Писать в канал нужно о том, в чём разбираешься. И делать это регулярно и круто. Для меня Telegram – одна из площадок, в которой я распространяю свой контент. Основное моё медиа всё-таки блог. Но за счёт вовлеченной аудитории, я пишу много постов исключительно для Telegram. Не мне судить, являюсь ли я лидером мнений, но для меня мессенджер уже давно является персональным медиа»⁷⁸.

По мнению Сергея, мессенджер постепенно будет развиваться и станет очередной неплохой социальной сетью. «Очень хочется, чтобы он стал как WeChat, но понимаю, что такую повсеместную распространенность Telegram не получит», – делает заключение Сергей⁷⁹.

Основываясь на вышесказанных мнениях, можно сделать подборку того, какие критерии стоит соблюдать, чтобы получить достаточно популярный, интересный аудитории Telegram-канал:

- Придумать запоминающееся название и описание;
- Публиковать интересный для самого автора контент, а не специально писать тексты на популярные темы – скорее всего про них написали уже достаточно;
- Писать чаще;
- Глубже вникать в то, что пишешь – следует понимать, что канал — это не история про «я пишу для себя», нельзя вводить своего читателя в заблуждение;

⁷⁸ Примечание автора.

⁷⁹ Примечание автора.

- Быть человеком с необычным хобби, местом жительства, профессией;
- Не создавать очередной дайджест новостей;
- Смотреть на реакцию;
- Думать о подписчиках и о том, что им интересно, а потом уже о рекламе и собственной выгоде;
- Организовывать интерактив в виде конкурсов, ребусов, флешмобов с призами от ваших партнёров;
- Регистрироваться в каталогах каналов, искать интересные для себя и предлагать взаимный пиар.

Авторы Telegram-каналов отмечают, что каналы становятся персональными медиа и формируют вокруг автора собственную аудиторию. Следить за обновлениями становится довольно легко, так как подписчикам приходят уведомления. Авторские каналы перемешены с обычными диалогами, увеличивается вероятность того, что пользователь зайдёт посмотреть, что вы написали, а, значит, и вовлечённость возрастает. Автор доносит информацию напрямую читателю, она воспринимается более доверительно.

Итак, согласно опросу в Telegram-канале «Беспощадный пиарщик», только 5% пользователей решили не использовать мессенджер даже в обход блокировок⁸⁰. Более того, многие Telegram-каналы в результате блокировки даже нарастили охват. Так, на Mash и «Сталингулаг» подписались более двух и трех тысяч пользователей соответственно⁸¹.

The Bell со ссылкой на Tgstat.ru пишет, что в день блокировки Telegram число просмотров в 40 000 русскоязычных каналах суммарно выросло на 30

⁸⁰ По данным <https://t.me/prbezposhady> на 16.04.2018.

⁸¹ По данным <https://tgstat.ru/> на 16.04.2018.

млн., что примерно на 17% больше, чем в среднем⁸². Кроме того, прирост подписчиков по всем каналам составил 270 тысяч пользователей⁸³.

Говорит ли это о том, что Telegram-каналы постепенно становятся персональными медиа? Тезис достаточно спорный.

Российские медиа-эксперты, в частности, говорят о том, что Telegram-каналы, число которых растет в геометрической прогрессии, не являются журналистикой, и зачастую решают задачи информационных вбросов в интересах конкретных групп людей⁸⁴.

С точки зрения формирования новостной повестки дня, Telegram является основным сервисом лишь для 3% пользователей из России (примерно 400 тыс. человек)⁸⁵ – у многих СМИ и популярных блогов охват намного больше. К тому же, Telegram-каналы все-таки являются узкоспециализированными ресурсами. Соответственно, контент каждого из них очень специфичен. Единственный канал, который на данный момент реально влияет на новостную повестку и на который ссылаются многие СМИ – это Mash. Однако даже создатели и авторы этого канала не называют себя «медиа»⁸⁶.

Генеральный директор ТАСС Сергей Михайлов считает, что каналы Telegram стали новым инструментом манипулирования общественным мнением: «Те, кто организуют подобные информационные вбросы, преследуют самые разные цели. Такова психология человека, что разного рода «секреты» и «компроматы» будут всегда интереснее, поэтому под этим соусом зачастую публикуется то, что называется «постправдой» или откровенным

⁸² Блокировка Telegram увеличила число просмотров в русскоязычных каналах на 30 миллионов. URL: <https://tproger.ru/news/telegram-popular/>. Дата доступа: 17.04.2018.

⁸³ Блокировка Telegram увеличила число просмотров в русскоязычных каналах на 30 миллионов. URL: <https://tproger.ru/news/telegram-popular/>. Дата доступа: 17.04.2018.

⁸⁴ Эксперты: Telegram-каналы идеальны для пиара, но далеки от журналистики. URL: <http://tass.ru/obschestvo/4590915>. Дата доступа: 12.04.2018.

⁸⁵ Данные по Telegram. URL: <http://telegra.ph/telestats-01-22>. Дата доступа: 27.02.2018.

⁸⁶ Могути Н. Девяностые в мире журналистики уже прошли. URL: <https://tjournal.ru/60505-nikita-mogutin-mash-devyanostye-v-mire-zhurnalistiki-proshli>. Дата доступа: 09.04.2018.

фейком»⁸⁷. Вместе с тем он признает, что новая медийная среда уже создана, и от пользователя зависит, что он предпочтет: точность и объективность или эпатаж. «Мы являемся свидетелями уникального явления, когда самая неправдоподобная информация может в считанные секунды взорвать информационное поле. Факт, что информационные технологии создали новую медийную среду, которая позволяет манипулировать общественным мнением и большими группами людей»⁸⁸.

Он также отмечает, что «назвать журналистикой анонимные публикации неподтвержденной информации в мессенджерах, которые не несут ответственности за достоверность, категорически нельзя, даже если сообщение появилось на самом читаемом канале мессенджера, имеющем десятки тысяч подписчиков»⁸⁹.

Первый заместитель холдинга News Media Анатолий Сулейманов также дает низкую оценку осведомленности анонимных Telegram-каналов. По его словам, «доверять им нельзя». В целом же он считает, что каналы «могут составить конкуренцию СМИ, но в будущем, потому что доля пользователей мессенджером в России пока невелика»⁹⁰.

Тем не менее, мы рискнем предположить, что Telegram-каналы все-таки являются персональными медиа с актуальной информацией, большим охватом и способностью эффективно монетизировать свой контент.

Так, например, генеральный продюсер «Матч ТВ» Тина Канделаки полагает, что многие известные люди получили «возможность говорить свободнее, когда их никто не узнает, поэтому ведут каналы инкогнито, либо

⁸⁷ Эксперты: Telegram-каналы идеальны для пиара, но далеки от журналистики. URL: <http://tass.ru/obschestvo/4590915>. Дата доступа: 12.04.2018.

⁸⁸ Эксперты: Telegram-каналы идеальны для пиара, но далеки от журналистики. URL: <http://tass.ru/obschestvo/4590915>. Дата доступа: 12.04.2018.

⁸⁹ Эксперты: Telegram-каналы идеальны для пиара, но далеки от журналистики. URL: <http://tass.ru/obschestvo/4590915>. Дата доступа: 12.04.2018.

⁹⁰ Эксперты: Telegram-каналы идеальны для пиара, но далеки от журналистики. URL: <http://tass.ru/obschestvo/4590915>. Дата доступа: 12.04.2018.

доносят свою позицию через знакомых авторов». Таким образом, свобода Telegram «дает возможность получить гораздо больше информации, чем есть в официальных источниках. Поэтому каналы Telegram зарекомендовали себя как ресурс для думающей и читающей публики»⁹¹.

Директор телеканала «360» Вячеслав Духин также считает, что появление каналов в Telegram можно увязать с термином «альтернативные новости». «Теперь, если есть аудитория и есть контент для нее, появился удобный канал доставки: прямо в мозг, точнее, в телефон каждому человеку»⁹². Духин уверен, что «информационное поле в любом случае научится иметь дело с новой площадкой»⁹³.

⁹¹ Эксперты: Telegram-каналы идеальны для пиара, но далеки от журналистики. URL: <http://tass.ru/obschestvo/4590915>. Дата доступа: 12.04.2018.

⁹² Эксперты: Telegram-каналы идеальны для пиара, но далеки от журналистики. URL: <http://tass.ru/obschestvo/4590915>. Дата доступа: 12.04.2018.

⁹³ Эксперты: Telegram-каналы идеальны для пиара, но далеки от журналистики. URL: <http://tass.ru/obschestvo/4590915>. Дата доступа: 12.04.2018.

Заключение

Итак, в данной работе была предпринята комплексная попытка выявить признаки персональных медиа у Telegram-каналов. Для этого были рассмотрены особенности Telegram относительно других популярных мессенджеров, а также проанализированы способы и инструменты распространения медиа-контента посредством Telegram-каналов.

В качестве основного вывода мы предлагаем следующее.

Безусловно, процесс «ухода» медиа и сетевых «лидеров мнений» из социальных сетей/блогосферы в мессенджеры, который прогнозировался в научной и профессиональной среде в течении последних 3 лет, частично состоялся.

По объективным и субъективным причинам популярность Telegram-каналов в сравнении со страницами в Facebook, Twitter и «ВКонтакте» динамично растет, и уровень доверия к таким источникам информации также заметно увеличивается. Отсюда – непрекращающийся рост количества подписчиков (аудитории) наиболее популярных каналов, очевидное влияние таких ресурсов на новостную повестку, эффективная монетизация контента.

То есть, наряду с предсказуемой тенденцией «персонализации» журналистики мы наблюдаем и одновременную популяризацию феномена персональных медиа.

Согласно рейтингу русскоязычных Telegram-каналов, в связи с блокировкой мессенджера в России в апреле 2018 года, число просмотров постов не сократилось, а, напротив, возросло примерно на 30 млн., а прирост подписчиков по всем каналам составил 270 тысяч пользователей⁹⁴.

В этой связи, многие действительно начинают воспринимать Telegram-каналы как самостоятельные эффективные медиа.

⁹⁴ Данные из источника <https://tgstat.ru/>. Дата доступа: 16.04.2018.

Для «архаичных» СМИ в Telegram есть два варианта развития: создание канала и/или программирование чат-бота. В отличие от каналов, боты слабо связаны с непосредственной информационной деятельностью и служат скорее для облегчения использования и быстрого доступа к определенному контенту. Почти все медиа, имеющие Telegram-каналы, структурируют посты по одному универсальному принципу: сообщение в виде краткого «блока», состоящего из заголовка, лида или короткого описания новости и ссылки на источник, который чаще всего является переходом на сайт ресурса или партнерский материал.

С другой стороны, есть определенные предпосылки усомниться в том, что Telegram-каналы являются персональными медиа. Дело в том, что Telegram-каналы являются основным источником информации всего для 3% пользователей из России (примерно 400 тыс. человек) – у традиционных и новых СМИ, а также у популярных блогов и страниц в соцсетях охват намного больше.

К тому же, большинство Telegram-каналов все-таки являются узкоспециализированными ресурсами. Соответственно, контент каждого из них достаточно специфичен. На наш взгляд, единственным каналом, который на данный момент реально влияет на новостную повестку и на который ссылаются СМИ, является Mash. Однако даже его создатели и авторы не называют себя «медиа». То есть, Telegram-каналы остаются в большей степени лишь удобным инструментом распространения информации.

Кроме того, многие авторитетные медиа-эксперты также считают, что Telegram-каналы пока не готовы выполнять функции медиа, они (каналы) не являются журналистикой, и зачастую занимаются банальными информационными вбросами в интересах конкретных людей. Их авторы не несут ответственности за достоверность информации.

Однако, так или иначе, большинство исследователей и профессионалов склоняются к тому, что Telegram-каналы будут конкурировать со СМИ в ближайшем будущем. Для этого есть ряд предпосылок.

Во-первых, увеличивается степень доверия к авторам, многие традиционные и сетевые СМИ начинают ссылаться на данные из Telegram-каналов.

Во-вторых, анонимность авторов и свобода Telegram дает пользователям возможность получить гораздо больше информации, чем есть в официальных источниках.

В-третьих, каналы Telegram зарекомендовали себя как ресурс для думающей и читающей публики, так как количество читаемых каналов у одного пользователя в среднем доходит до 10-15, а потому подход к подбору информации крайне высок – пользователи не будут читать все подряд, для этого у них есть социальные сети.

Отдельной особенностью Telegram-каналов являются способы монетизации контента. Мессенджер дает широкий спектр для продажи рекламы и популяризации своего канала. Существует три источника рекламных денег в Telegram: продажа рекламы другим каналам, продажа трафика, имиджевые проекты.

Исходя из вышеперечисленных положений, мы все-таки рискуем предположить, что Telegram-каналы уже сейчас выполняют функции персональными медиа с актуальной информацией, большим охватом и способностью эффективно монетизировать свой контент.

Список использованной литературы

Книги

На русском языке

1. Алексеева А.О., Вартанова Е.Л., Круглова Л.А., Лосева Н.Г., Лукина М.М., Лученко К.В., Рихтер А.Г., Смирнова О.В., Фомичева И.Д. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов/под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект пресс, 2010.
2. Амзин А. Новостная интернет-журналистика. М., Аспект Пресс, 2011.
3. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.
4. Брекенридж Д. PR 2.0: новые медиа, новые аудитории, новые инструменты / Дейдра Брекенридж. М. :Эксмо, 2010.
5. Вебер Л. Эффективный маркетинг в интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
6. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. М.:, 2010.
7. МакКоннел Б. Эпидемия контента: маркетинг в социальных сетях и блогосфере. СПб, 2008.
8. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Гуманитарный ун-т, 2010.
9. Белинская Е.П. Психология интернет-коммуникации. М.: НОУ ВПО Московский психолого-социальный университет, МОДЭК, 2013.
10. Елизаров К. Будущее социальных медиа. Ростов, 2012.

11. Землянова Л.М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики. М.: Издательство МГУ, 2010.
12. Землянова Л.М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. М.: МедиаМир, 2012.
13. Мирошниченко А. Интернет как вирусный редактор. М., 2017.
14. Мэйнуоринг С. Время действовать. Как сделать мир лучше, используя силу социальных медиа. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
15. Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателями. М., 2013.

Статьи

На русском языке:

1. Аванесян Н.Л. Telegram, как пример мессенджера: возможности и перспективы развития. В сборнике: Научный потенциал XXI века: материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. 2017. С. 61-65.
2. Бирюков В.А. Инновационные методы дистрибуции контента средствами массовой информации // Известия высших учебных заведений: Проблемы полиграфии и издательского дела. М.: МГУП им. Ивана Федорова. 2015. No 3. С. 117-124.
3. Бирюков В.А. Использование мессенджеров для дистрибуции контента средств массовой информации. В сборнике: Актуальные вопросы экономики и современного менеджмента сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Самара. 2017. С. 18-20.

4. Иванов А.Д. Чат-бот в Telegram и ВКонтакте как новый канал распространения новостей. Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2016. Т. 1. № 3. С. 126-132.
5. Коноплев Д.Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях. Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 198-200.
6. Коршун О. А. Мессенджеры для СМИ: влияние сервиса мгновенных сообщений на работу журналиста традиционных медиа // Весн. БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. 2016. № 2. С. 98-100.
7. Федотов Е.А., Бондаренко Т.В., Федотова В.Н., Поляничка М.И. Исследование протоколов обмена сообщениями в режиме реального времени. Вестник магистратуры. 2016. № 5-2 (56). С. 64-66.
8. Фольц А.О. Каналы и боты российских СМИ в Telegram: новая платформа, старые проблемы. Век информации. 2017. Т.2. №2. С. 168-169.
9. Аудитория «Телеграмм» – общая статистика и анализ. URL: https://ru.telegram-store.com/blog/auditorya_telegram/.
10. Данные по Telegram. URL: <http://telegra.ph/telestats-01-22>.
11. Инструкция к каналам Telegram: зачем нужны, как использовать, что читать. URL: <https://vc.ru/16807-telegram-channels>.
12. Как Дуров продвигал Telegram: история прорыва русского мессенджера в мировой топ-10. URL: <https://secretmag.ru/trends/players/kak-durov-raskruchival-telegram.htm>.
13. Корнев М. Мессенджеры для СМИ: только инструмент или новый канал дистрибуции? URL: <http://presscouncil.ru/index.php/monitoring-smi/novosti-smi/5160-messendzhery-dlya-smi-tolko-%20instrument-ili-novyyj-kanal-distributsii>.
14. Мессенджеры в России: цифры и тренды, весна 2017 // Brand Analytics. 24.03.2017. URL: <http://blog.br-analytics.ru/messendzhery-vesna-2017/>.

15. Могутин Н. Девяностые в мире журналистики уже прошли. URL: <https://tjournal.ru/60505-nikita-mogutin-mash-devyanostye-v-mire-zhurnalistiki-proshli>.
16. Соколова Д.В. Дистрибуция новостного контента в мессенджере Telegram // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2380>.
17. Статистика аудитории Telegram за январь 2018. URL: <https://telegram-region.com/statistika-auditorii-telegram-na-yanvar-2018/>.
18. Телега про каналы. URL: <https://medium.com/@ashomko/телега-про-каналы-110105ac5021>.
19. Эксперты: Telegram-каналы идеальны для пиара, но далеки от журналистики. URL: <http://tass.ru/obschestvo/4590915>.
20. Блокировка Telegram увеличила число просмотров в русскоязычных каналах на 30 миллионов. URL: <https://tproger.ru/news/telegram-popular/>.
21. Денежный канал: как Telegram превращается в площадку для бизнеса. URL: https://www.rbc.ru/own_business/12/09/2017/.
22. Неофициальные клиенты Telegram с расширенными функциями. URL: <https://vc.ru/29104-neoficialnye-klienty-telegram-s-rasshirennymi-funkciyami>.

На иностранных языках:

23. Hjarvard S. The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change // Nordicom Review. 2008. Vol. 29 (2). P. 105-134.
24. Kaplan A.M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. 2010. Vol. 53 (1). P. 59-68.
25. Nic Newman. Media, journalism and technology predictions. 2016. P. 74.

26. Oniszczyk Z. Mediatisation of Politics and Politicisation of the Media. Two Dimensions of the Relationship // Studiów Medioznawczych. 2011. No 4 (47). P. 1-15.
27. Schulz W. Reconstructing mediatization as an analytical concept // European Journal of Communication. 2004. Vol. 19 (1). P. 87–101.

Telegram-каналы

28. Беспощадный пиарщик. URL: <https://t.me/prbezposhady>.
29. Вашу мать. URL: t.me/vashumat.
30. Дочь разбойника. URL: t.me/megabitch.
31. Журналистика. URL: t.me/dddjournalism.
32. Медиалогия. URL: t.me/medialogia.
33. Паша и его прокрастинация. URL: t.me/abbsol.
34. Развивэйшн. URL: t.me/helloskaplichniy.
35. Рябовой канал. URL: t.me/ilyaliya.
36. Сталингулаг. URL: t.me/stalin_gulag.
37. Mash. URL: t.me/breakingmash.
38. Meduza-LIVE. URL: t.me/meduzalive.